



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE TATUAJES ARTÍSTICOS (body art), EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.

**TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

AUTORA: TATIANA YOLANDA MORA MORÁN.

DIRECTOR: Eco. Luis Cervantes.

Ibarra, Noviembre 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio busca determinar la viabilidad del proyecto para la creación de una microempresa de tatuajes artísticos en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.

La investigación comprende el diagnóstico situacional, que ha permitido conocer las condiciones del entorno en el cual se crearía la microempresa, se ha podido identificar posibles Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos del proyecto.

El estudio de mercado ha permitido conocer la existencia de un mercado de consumidores de tatuajes artísticos en la provincia de Imbabura, dentro del cual existe un segmento potencial que busca servicios de tatuajes de calidad y buen gusto, quienes al hacer uso de este tipo de arte busca expresarse y poner de manifiesto por medio de su mensaje corporal, sus vivencias más relevantes que son parte y esencia de su ser, de sus creencias, o sus pasiones más recónditas. No existen oferentes locales para este tipo de tatuajes artísticos, sin embargo en el mercado se encuentra diferentes opciones de tatuajes, que no cuentan con criterios artísticos y en muchos casos, ni siquiera cuentan con condiciones básicas de higiene y salubridad.

Se ha estudiado la macro y micro localización de la microempresa, llegando a determinar la conveniencia de que esta se localice en uno de los sectores de mayor movimiento juvenil diurno y nocturno, como es la Avenida Atahualpa y Av. Teodoro Gómez de la Torre, debido a las ventajas que el sector presenta, entre otros aspectos, su localización, su fácil acceso, cercanía a una población juvenil que recorre el sector, disponibilidad de servicios básicos, movilización, aceptación de la comunidad ante el proyecto, entre otros. Se han detallado los principales procesos y los requerimientos de maquinaria y equipos para desarrollar el proceso artístico productivo.

El estudio económico financiero contempla el monto de la inversión a realizar en el proyecto, su fuente de financiamiento, costo de oportunidad, costos de operación de la microempresa, el nivel de ingresos por ventas, el flujo de efectivo en el transcurso de los cinco años de vida del proyecto, los estados se proyectados de resultados, el valor actual neto y tasa interna de retorno de la inversión. Criterios que han contribuido para llegar a las conclusiones y recomendaciones realizadas.

Adicionalmente se ha formulado la propuesta estratégica de la organización, proponiendo su estructura organizacional, su Misión y Visión, así como las funciones de los cargos que formarán parte de la microempresa.

Para concluir se analizó y evaluó los impactos que generaría la implementación del proyecto, el impacto económico, social y cultural.

EXECUTIVE SUMMARY

This feasibility study aims to determine whether the conditions in the city of Ibarra, Imbabura province, are favorable for the creation of a micro-art tattoos.

It has made the Situational Diagnosis and has observed that tattoos concerning social conditions have changed, the negative view that existed for these are different today's acceptance of them and continued its growth trend as a form of social expression.

The Market Research has established the existence of a local supply, which does not cover the requirements and expectations of the market, so that many of the applicants come forward them to other cities where there are considered better quality, exclusivity design and asepsis. It was possible to determine the existence of a potentially growing market for young people aged 18 to 35, who considers tattoos as a form of social expression that allows you to carry your most important experiences and share it with whomever they want to.

The technical study has been able to establish the micro location of the workshop, which would enjoy favorable conditions for its development, has detailed the production process for the generation of tattoos, the equipment necessary to do so in an efficient manner and in conditions of satisfaction for the customer.

The organizational proposal made, provides the basic fees required for the project, which does not mean sacrificing quality conditions in its execution, this structure can be adjusted to the needs and project future conditions.

The study of the financial condition as can be seen are favorable, the Cash Flow, Internal Rate of Return, Net Present Value, Benefit Cost Ratio, so indicate.

Finally the effects generated by the implementation of the company are positive.

The above allows us to conclude that the implementation of the project if it is viable.

AUTORÍA

Yo, TATIANA YOLANDA MORA MORÁN, portador de la cédula de ciudadanía N° 10030077-3 declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE TATUAJES ARTISTICOS (BODY ART) EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.



.....

TATIANA MORA.

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la egresada, Srta. TATIANA YOLANDA MORA MORÁN, para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A., cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE TATUAJES ARTISTICOS (BODY ART) EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA." Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 18 días del mes de Noviembre del 2014.



.....

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A
FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRAS

Yo, TATIANA YOLANDA MORA MORÁN, con cédula de ciudadanía Nro. 100300077-3 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE TATUAJES ARTISTICOS (BODY ART) EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA.", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A. en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma):



Nombre: TATIANA YOLANDA MORA MORÁN.

Cédula: 100300077-3

Ibarra, a los 18 días del mes de Noviembre del 2014.

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte, dentro del Proyecto Repositorio Digital institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad Técnica del Norte.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO		
Cédula de Identidad	100300077-3	
Apellidos y nombres	Tatiana Yolanda Mora Morán.	
Dirección	Los Ceibos Calle Lita 1-79 entre Patate y Aguarico	
E-mail	tathyanamoram@hotmail.com	
Teléfono Fijo	2958154 0985559770	
DATOS DE LA OBRA		
Título	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE TATUAJES ARTISTICOS (body art) EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA.	
Autora	Tatiana Mora.	
Fecha	2014 / 11 / 18	
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO		
Programa	<input type="checkbox"/> Pregrado	<input type="checkbox"/> Posgrado
Título por el que opta	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A.	
Asesor / Director	Eco. Luis Cervantes	

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo Tatiana Yolanda Mora Morán, con cédula de ciudadanía No 100300077-3, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el repositorio digital institucional y uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión: En concordancia con la ley de educación superior artículo 144.

3. CONSTANCIA

La Autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo; sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original, y que es La Autora de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamaciones por parte de terceros.

Ibarra a los 18 días del mes de Noviembre del 2014

AUTORA:

Firma:

Tatiana Mora.

C.I.: 100300077-3

Facultado por resolución de Consejo Universitario.

ACEPTACIÓN:

Firma:

Ing. Betty Chávez

JEFE BIBLIOTECA

DEDICATORIA

Hoy un nuevo reto de mi vida se ha cumplido el conseguirlo no fue nada fácil, estuvo lleno de obstáculos y percances, pero gracias a la presencia de Dios que nunca permitió que pierda la fe, a cada uno de los que son parte de mi familia a mi PADRE, mi MADRE, mi segunda madre MI ABUELA, quienes con mucho cariño, amor y ejemplo han hecho de mí una persona con valores para poder desenvolverme como: ESPOSA, MADRE Y PROFESIONAL.

A mis HERMANOS por ser el incentivo para seguir adelante con este objetivo.

A mi ESPOSO, que ha estado a mi lado brindándome cariño, confianza y apoyo incondicional para seguir adelante para cumplir otra etapa en mi vida.

A mi HIJA EMYLEE, que es el motivo y la razón que me ha llevado a seguir superándome día a día, para alcanzar mis más apreciados ideales de superación, ella fue quien en los momentos más difíciles me dio su amor y comprensión para poderlos superar.

Tatiana Mora.

AGRADECIMIENTO

Me complace de sobre manera a través de este trabajo exteriorizar mi sincero agradecimiento a la Universidad Técnica del Norte en la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Escuela de Contabilidad Superior y Auditoría y en ella a los distinguidos docentes quienes con su profesionalismo y ética puesto de manifiesto en las aulas enrumban a cada uno de los que acudimos con sus conocimientos que nos servirán para ser útiles a la sociedad.

A mi Director de mi Trabajo de Grado el Economista Luis Cervantes quien con su experiencia como docente ha sido la guía idónea, durante el proceso que ha llevado el realizar este Trabajo de Grado, me ha brindado el tiempo necesario, como la información para que este anhelo llegue a ser felizmente culminada.

Y a todas las personas que de una u otra manera aportaron con un granito de arena para que yo pudiera lograr mis sueños.

Tatiana Mora.

PRESENTACIÓN

El “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE TATUAJES ARTÍSTICOS (BODY ART) EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA.” Es una investigación de carácter descriptiva, cuya finalidad ha sido determinar la factibilidad del proyecto, consta de siete capítulos, a saber:

Capítulo I: Diagnóstico Situacional, permite conocer el entorno de la Ciudad de Ibarra en la Provincia de Imbabura, Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos relacionados con el proyecto, para finalmente determinar el problema diagnóstico.

Capítulo II: Marco Teórico, contiene las bases teóricas y científicas que respaldan la propuesta realizada, cuenta con información sobre temas afines a la formulación de un estudio de factibilidad, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico Financiero, Administración y Tatuajes Artísticos, información que ha sido obtenida de material bibliográfico, internet y varias revistas relacionadas al tema para lo cual se ha utilizado fichas bibliográficas y nemotécnicas.

Capítulo III: Estudio de Mercado, que permita contar con información para estimar la demanda y oferta de nuestro producto, así como también evaluar factores relacionados con la comercialización para lo cual se ha realizado encuestas que han permitido obtener información sobre gustos y preferencias. El estudio de mercado a más de permitirnos determinar la oferta, la demanda, los precios y los medios de publicidad, constituyen la base de los estudios técnicos, financieros y económicos del proyecto.

Capítulo IV: Propuesta Técnica, que contempla los aspectos técnicos para la creación de la microempresa, micro y macro-localización, diseño de planta y descripción de áreas operativas de la pequeña microempresa, se realiza la descripción de instalaciones, equipos, herramientas, servicios, materias primas, entre otros.

Capítulo V: El estudio Económico – Financiero permite establecer el capital necesario para crear la empresa analizado fuentes de financiamiento, estimando costos y gastos, flujos de caja, estados financieros que permitan conocer la utilidad o déficit del proyecto, estableciendo la factibilidad o no de la creación de la microempresa.

Capítulo VI: La Propuesta Estratégica Organizacional, sugiere la estructura organizacional y principales funciones de la microempresa, su misión, visión, principios y valores institucionales

Capítulo VII.- Se analizan los impactos positivos y negativos más relevantes que generaría la ejecución del proyecto, de manera particular se analizan el impacto económico, social, cultural.

JUSTIFICACIÓN

La realización de este proyecto es de gran importancia para sus proponentes, ya que permitirá crear fuentes de trabajo, reduciendo el desempleo.

Este proyecto analizará la factibilidad de creación de la microempresa de tatuajes artísticos, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, y contribuirá a satisfacer la necesidad cada vez más creciente de un segmento de jóvenes adolescentes que gustan de expresar sus sentimientos y emociones por medio de un tatuaje artístico.

En el proyecto se estudia el requerimiento del talento humano necesario para la prestación del servicio propuesto, para empezar la microempresa se piensa acceder a un crédito privado para cubrir el capital inicial requerido.

Los beneficiarios directos de este proyecto serán los jóvenes y adolescentes de la ciudad y la provincia que contarán con un estudio profesional al que puedan concurrir y optar por una variedad de tatuajes artísticos profesionales y exclusivos, contando con garantías de calidad, asepsia y salud, sin tener que viajar a otras ciudades.

1. OBJETIVOS

1.1. Objetivo General

Realizar el estudio de factibilidad con la finalidad de crear una microempresa de tatuajes artísticos, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

1.2. Objetivos Específicos

1.2.1. Efectuar el diagnóstico situacional del proyecto mediante la matriz AOOD analizando aspectos que afecten o beneficien la iniciativa de creación de la microempresa.

1.2.2. Sustentar la propuesta realizada, mediante un conjunto de conocimientos teóricos científicos, plasmados en el marco teórico.

1.2.3. Realizar el estudio de mercado que permita determinar la factibilidad del proyecto propuesto.

1.2.4. Formular el estudio técnico del proyecto, que permita establecer su micro y macrolocalización y demás aspectos técnicos para su normal funcionamiento.

1.2.5. Realizar el estudio económico financiero para determinar el capital necesario para la implementación y desarrollo del proyecto, sus fuentes de financiamiento, costos, gastos e ingresos para evaluar el nivel de rentabilidad.

1.2.6. Proponer la estructura organizacional y principales funciones de la microempresa, su misión, visión, principios y valores institucionales.

1.2.7. Realizar el estudio de los impactos que ocasionaría la ejecución del proyecto en sus ámbitos de incidencia.

ÍNDICE

Contenido	Pág.
PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
EXECUTIVE SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
JUSTIFICACIÓN	xiii
OBJETIVOS	xiv
General	xiv
Específicos	xiv
CAPÍTULO I	26
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	26
1.1. ANTECEDENTES	26
1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	28
1.2.1. General	28
1.2.2. Específicos	28
1.3. VARIABLES DIAGNOSTICAS	28
1.4. INDICADORES	29
1.5. Mecánica operativa del diagnostico	31
1.5.1. Identificación de la población y muestra	31
1.5.2. Información Secundaria.	31
1.5.2.1. Antecedentes Históricos de la Ciudad de Ibarra.	31
1.5.2.3. Ubicación Geográfica.	34
1.5.2.4. Aspectos Sociodemográficos.	35
1.5.2.5. Seguridad.	36
1.5.2.6. Educación.	37
1.5.2.7. Cultura y recreación.	39
1.5.2.8. Salud.	40
1.5.2.9. Aspectos Socioeconómicos.	41
1.5.2.9.1. Servicios.	41
1.5.2.10. Comercio.	47

1.5.2.11. Costumbres y tradiciones culturales relacionadas con el tatuaje	50
1.6. Entrevista a Expertos sobre gustos y preferencias en tatuajes.	52
1.7. Matriz AOOR.	56
1.8. Determinación de la Oportunidad de Inversión	57
 CAPÍTULO II	 59
2. Bases teóricas y científicas.	59
2.1. Introducción.	59
2.2. Definición de Tatuaje	66
2.3. Origen e historia.	66
2.4. Tipos de tatuajes	68
2.5. Proceso del Tatuaje	71
2.6. Higiene previa a la realización de un tatuaje	71
2.6.1. Normas Básicas de Higiene	72
2.6.2. Mantenimiento del Taller	72
2.7. Materiales y Herramientas que se utilizan	74
2.8. Cuidados del Tatuaje	74
2.9. Riesgos al realizarse un tatuaje	75
2.10. Eliminación de tatuajes	76
 CAPITULO III	 95
3. Estudio de Mercado	95
3.1. Presentación	95
3.2. Antecedentes del Estudio de Mercado	96
3.2.1. Objetivos del Estudio de Mercado	96
3.2.1.1. Objetivo general	96
3.2.1.2. Objetivos específicos	96
3.2.2. Variables	96
3.2.2.1. Indicadores	96
3.2.3. Matriz de Relación de Objetivos, Variables e Indicadores	97
3.3. Segmentación de Mercado y Mercado Meta	97
3.3.1. Segmentación de Mercado	98
3.3.2. Mercado Meta	98
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	98
3.4.1. Población a Investigar	98
3.4.2. Cálculo de la Muestra	99
3.5. RESULTADOS DE ENTREVISTA A PROPIETARIOS DE ESTUDIO DE TATUAJES. (Anexo 1)	100
3.6. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A POSIBLES CONSUMIDORES	102

3.7. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO	115
3.7.1. Tatuajes	115
3.7.1.1. Descripción del producto	115
3.8. OFERTA	115
3.8.1. Análisis Y Proyección de la Oferta	115
3.8.2. Proyección de la Oferta	117
3.9. DEMANDA	118
3.9.1. Proyección de la Demanda	120
3.10. DEMANDA INSATISFECHA	120
3.11. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	121
3.12. PRECIOS Y PROYECCIÓN	121
 CAPITULO IV	 123
4. ESTUDIO TÉCNICO.	123
4.1. Localización Del Proyecto.	123
4.1.1. Macro localización.	123
4.1.2. Micro localización.	124
4.1.3. Criterios de Evaluación.	125
4.1.4. Localización de Planta.	128
4.1.4.1. Distribución de planta	129
4.1.4.2. Diseño de Instalaciones.	129
4.1.4.2.1. Asesoría al cliente	130
4.1.4.2.2. Decisión de tatuarse	130
4.1.4.2.3. Definición de fecha	130
4.1.4.2.4. Condiciones asépticas	130
4.1.4.2.5. Explicación de procedimientos	130
4.1.4.2.6. Preparación de equipos	130
4.1.4.2.7. Desinfección de zona de tatuaje	130
4.1.4.2.8. Preparación del transfer	130
4.1.4.2.9. Dibujo del Tatuaje	131
4.1.4.2.10. Instrucciones de Cuidado	131
4.1.4.2.11. Limpieza del contorno del tatuaje	131
4.1.4.2.12. Definición del Diseño	131
4.1.4.2.13. Limpieza	131
4.1.4.2.14. Limpieza y vendaje	131
4.1.5. Diagrama de flujo del proceso.	131
4.1.6. Activos Fijos.	133
4.1.6.1. Instalaciones e Infraestructura.	133
4.1.1.1. Maquinaria y Equipos.	133
4.1.2. Equipo de Oficina.	133
4.1.3. Muebles de Oficina	134
4.2. Activos Diferidos.	134

4.3. Capital de Trabajo.	135
4.4. Resumen Inversión Total.	135
4.4.1. Financiamiento.	136
4.5. Talento Humano Requerido.	136
4.5.1. Mano de Obra Directa	136
4.5.1.1. Personal de Administración y Ventas	136
4.5.2. Horario de Trabajo / Jornada Laboral.	136
4.6. Materia Prima Directa.	137
4.7. Materiales Indirectos e Insumos.	137
4.8. Costo de Productos Terminados.	138
4.9. Tamaño Del Proyecto.	138
4.9.1. Mercado.	138
4.10. Disponibilidad de Recursos Financieros.	138
4.11. Disponibilidad de Mano de Obra.	139
4.12. Disponibilidad de Materia Prima e Insumos.	139
4.13. La Tecnología.	139
4.14. Determinación de la Capacidad de Producción.	139
 CAPÍTULO V	 141
5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.	141
5.1. Estructura y Origen de La Inversión.	141
5.2. Inversiones.	142
5.3. Ingresos.	146
5.4. Egresos	147
5.5.1. Materia Prima Directa.	147
5.4.4. Costo total y unitario de producción	150
5.4.11. Estados Proforma.	154
Flujo de Caja	156
5.5. Costo De Oportunidad y Tasa Mínima Aceptable De Rendimiento.	156
5.5.1. Evaluación De La Inversión.	157
Cuadro Resumen de Indicadores de Evaluación Financiera	162
 CAPÍTULO VI	 163
6. PROPUESTA ESTRATÉGICA.	163
6.3. Base Filosófica.	163
6.3.1. Misión.	163
6.3.2. Visión.	164
6.4. Organigrama Estructural.	165
6.4.1. ORGANIGRAMA DE UFO CLUB	165
6.4.1.1. Administrativo	166
6.4.2. Requisitos Legales de Funcionamiento.	169

6.4.3. Permiso Anual de Funcionamiento.	169
6.4.4. Requisitos para la obtención del (RUC).	169
6.4.5. Inscripción en el Registro de Actividades Económicas Sociedades (IMI).	170
6.4.6. Requisitos para la obtención de la patente municipal por primera vez.	170
6.4.7. Requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento y el registro sanitario certificado por el Ministerio de Salud Pública.	170
6.4.8. Seguimiento y Monitoreo.	171
 CAPITULO VII	 172
7. IMPACTOS	172
7.1. IMPACTO SOCIAL	173
7.2. IMPACTO ECONÓMICO	174
7.3. IMPACTO EMPRESARIAL	175
 CONCLUSIONES	 176
RECOMENDACIONES	178
BIBLIOGRAFÍA	180
LINCOGRAFÍA	182
ANEXOS	183

ÍNDICE CUADROS

Matriz Diagnóstica	
CUADRO 1.....	30
Población por Sector del Cantón Ibarra - Censo 2010	
CUADRO 2.....	33
Población por Género del Cantón Ibarra Censo 2010	
CUADRO 3.....	34
Superficie de las Parroquias Urbanas de la Ciudad de Ibarra	
CUADRO 4.....	35
Nivel de Analfabetismo Provincia de Imbabura - Censo 2010	
CUADRO 5.....	38
Principales Actividades de Comercio Cantón Ibarra - Período 2011	
CUADRO 6.....	48
Actividades de Comercio Informal Cantón Ibarra - Período 2011	
CUADRO 7.....	49
Entrevista a Expertos sobre gustos y preferencias en tatuajes	
CUADRO 8.....	52
Matriz AOOR	
CUADRO 9.....	56
Matriz de Relación de Objetivos, Variables e Indicadores	
CUADRO 10.....	97
Segmentación de Mercado	
CUADRO 11.....	98
Género	
CUADRO 12.....	102
Edad	
CUADRO 13.....	103
Instrucción	
CUADRO 14.....	104
Ocupación	
CUADRO 15.....	105
Gusto por los tatuajes	
CUADRO 16.....	106
Tatuajes en el cuerpo	
CUADRO 17.....	107
Antigüedad del Tatuaje	
CUADRO 18.....	108
Tatuaje Preferido	
CUADRO 19.....	109
Intención de tatuarse en este año.	
CUADRO 20.....	110
Tamaño del Tatuaje	
CUADRO 21.....	111
Significado del tatuaje	
CUADRO 22.....	112
Exigencias del estudio de tatuaje	
CUADRO 23.....	113
Intención de Pago	
CUADRO 24.....	114
Capacidad de Oferta de Tatuajes en Ibarra	
CUADRO 25.....	116

ÍNDICE CUADROS

Capacidad de Producción de Tatuajes por Estudio	
CUADRO 26.....	117
Capacidad de Oferta Anual por los Estudios de Tatuaje	
CUADRO 27.....	117
Tasa de crecimiento promedio de la oferta	
CUADRO 28.....	117
Proyección de la Capacidad de Producción de Tatuajes	
CUADRO 29.....	118
De la pregunta intención de tatuare este año	
CUADRO 30.....	118
Demanda de Tatuajes 37%	
CUADRO 31.....	119
Tasa de crecimiento promedio de la demanda	
CUADRO 32.....	119
Proyección de la Demanda	
CUADRO 33.....	120
Demanda Insatisfecha	
CUADRO 34.....	120
Características de la Provincia de Imbabura	
CUADRO 35.....	124
Matriz de Criterio de Selección de Alternativas	
CUADRO 36.....	128
Maquinaria y Equipos	
CUADRO 37.....	133
Equipo de Oficina	
CUADRO 38.....	134
Muebles de Oficina	
CUADRO 39.....	134
Activos Diferidos	
CUADRO 40.....	134
Capital de Trabajo	
CUADRO 41.....	135
Resumen Inversión Total	
CUADRO 42.....	135
Origen de la Inversión	
CUADRO 43.....	136
Mano de Obra Directa	
CUADRO 44.....	136
Personal de Administración y Ventas	
CUADRO 45.....	136
Materia Prima Directa	
CUADRO 46.....	137
Materia Prima Indirecta e Insumos	
CUADRO 47.....	137
Suministros	
CUADRO 48.....	138
Costo de Productos Terminados	
CUADRO 49.....	138
Estructura de la Inversión	
CUADRO 50.....	141

ÍNDICE CUADROS

Origen de la Inversión	
CUADRO 51.....	141
Infraestructura	
CUADRO 52.....	142
Maquinaria y Equipos	
CUADRO 53.....	143
Muebles de Oficina	
CUADRO 54.....	143
Equipo de Oficina	
CUADRO 55.....	144
Gastos Preoperativos	
CUADRO 56.....	144
Capital de Trabajo	
CUADRO 57.....	145
Resumen de la Inversión	
CUADRO 58.....	145
Variación de Precios durante la vida del Proyecto	
CUADRO 59.....	146
Ingresos Proyectados	
CUADRO 60.....	147
Materia Prima Directa	
CUADRO 61.....	147
Costo Materia Prima Directa	
CUADRO 62.....	148
Proyección Materiales Directos	
CUADRO 63.....	148
Mano de Obra Directa	
CUADRO 64.....	148
Proyección Mano de Obra	
CUADRO 65.....	148
Materia Prima Indirecta	
CUADRO 66.....	149
Proyección Materia Prima Indirecta	
CUADRO 67.....	149
Costos Generales de Fabricación	
CUADRO 68.....	149
Costo total y unitario de producción	
CUADRO 69.....	150
Gastos Administrativos	
CUADRO 70.....	150
Servicios Básicos	
CUADRO 71.....	151
Gasto Promoción y Publicidad	
CUADRO 72.....	151
Proyección Gastos Financieros	
CUADRO 73.....	151
Datos Tabla de Amortización	
CUADRO 74.....	152
Tabla de Amortización	
CUADRO 75.....	152

ÍNDICE CUADROS

Tabla de Depreciación	
CUADRO 76.....	154
Estado Situación Inicial	
CUADRO 77.....	154
Estado de Resultados	
CUADRO 78.....	155
Flujo de Caja	
CUADRO 79.....	156
Costo de Oportunidad	
CUADRO 80.....	157
Cálculo del Valor Actual Neto	
CUADRO 81.....	158
Tasa Interna de Retorno	
CUADRO 82.....	159
Periodo de Recuperación de la Inversión	
CUADRO 83.....	160
Relación Costo Beneficio Ingresos y Egresos Actualizados	
CUADRO 84.....	161
Datos del Punto de Equilibrio	
CUADRO 85.....	161
Cálculo del Punto de Equilibrio	
CUADRO 86.....	162
Cuadro Resumen de Indicadores de Evaluación Financiera	
CUADRO 87.....	162
F. Administrativo	
CUADRO 88.....	166
F. Jefe de Producción y Planta	
CUADRO 89.....	168
Impacto Social	
CUADRO 90.....	173
Impacto Económico	
CUADRO 91.....	174
Impacto Empresarial	
CUADRO 92.....	175

ÍNDICE GRÁFICOS

Población por Sector del Cantón Ibarra - Censo 2010	
GRÁFICO 1	33
Población por Género Cantón Ibarra - Censo 2010	
GRÁFICO 2	34
Mapa Geográfico Provincia de Imbabura	
GRÁFICO 3	34
Nivel de Analfabetismo Provincia de Imbabura - Censo 2010	
GRÁFICO 4	38
Principales Actividades de Comercio Cantón Ibarra - Período 2011	
GRÁFICO 5	48
Actividades de Comercio Informal Cantón Ibarra - Período 2011	
GRÁFICO 6	49
Género	
GRÁFICO 7	102
Edad	
GRÁFICO 8	103
Instrucción	
GRÁFICO 9	104
Ocupación	
GRÁFICO 10	105
Gusto por los tatuajes	
GRÁFICO 11	106
Tatuajes en el cuerpo	
GRÁFICO 12	107
Antigüedad del Tatuaje	
GRÁFICO 13	108
Tatuaje Preferido	
GRÁFICO 14	109
Intención de tatuarse en este año.	
GRÁFICO 15	110
Tamaño del Tatuaje	
GRÁFICO 16	111
Significado del tatuaje	
GRÁFICO 17	112
Exigencias del estudio de tatuaje	
GRÁFICO 18	113
Intención de Pago	
GRÁFICO 19	114
Mapa del Ecuador y Provincia de Imbabura	
GRÁFICO 20	123
Mapa Político del Cantón Ibarra	
GRÁFICO 21	125
Localización de Planta.	
GRÁFICO 22	128
Distribución de planta	
GRÁFICO 23	129

Logo Institucional	
GRÁFICO 24	163
ORGANIGRAMA DE UFO CLUB	
GRÁFICO 25	165

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

El tatuaje parece ser tan antiguo como el hombre mismo. En un principio, la utilización del tatuaje estuvo vinculada con el pensamiento mágico-religioso y la creencia en la vida ultraterrena. También era usado para impresionar y asustar a los enemigos en los campos de batalla.

Los tatuajes en la actualidad son considerados como una moda, una forma de expresión, una forma de arte, de conocimiento, de nivel socioeconómico, de identificación de la persona que lo porta para expresar afectos y regular tensiones internas y los diversos duelos que se atraviesan en la vida, es más que un dibujo, es su identidad que se forma a través de la construcción social, si bien todo el mundo atraviesa por etapas de crisis en la vida, hay personas que necesitan transmitir sus experiencias de una manera más tangible, que la plasman en el cuerpo con el tatuaje. El tatuaje ha roto con tabúes o tal vez en algunas culturas es, en sí misma, un tabú. Suelen ser usados con una enorme cantidad de significados y fines, por todo tipo de personas pero siendo en su mayoría personas jóvenes pero se vislumbra irrelevante entre los 35 y 40 años.

Los tatuajes han llegado a ser muy populares hoy en día. Las estrellas de cine, las celebridades y los deportistas que hoy son figuras eligen el tattoo comúnmente. Hoy, la gente común elige ser tatuada por razones cosméticas, religiosas y mágicas, así como símbolo de pertenecer a los grupos particulares o tribus urbanas. Decorar el cuerpo es una costumbre ancestral del hombre.

Hoy es un sello que cubre la piel con signos de identidad únicos que marcan la diferencia.

En épocas pasadas, hacía 20 años atrás, ver a una persona tatuada no era de buen gusto se lo marginaba de anticristiano e inculto. Los tiempos han cambiado vertiginosamente y se puede disfrutar del ejercicio pleno de nuestros derechos y obligaciones, y con ello, los tatuajes son vistos como ornamentos de moda, fijación de la personalidad y atracción sexual. Un tatuaje implica aspectos personales que finalmente la sociedad debe respetar bajo un ámbito de tolerancia ya que en algunos casos se puede decir que el hacerse un tatuaje cumple una función reparadora de algún aspecto faltante, puede compensar situaciones de pérdida, tanto de un ser querido como de aspiraciones no cumplidas.

Los tatuajes son ejecutados por artistas tatuadores profesionales o modificadores corporales, usando una máquina eléctrica por vibración para introducir las partículas del pigmento dentro de la piel, a ello se suma el tener en cuenta la máxima limpieza y esterilización de las herramientas que se utilicen.

Actualmente la ciudad de Ibarra cuenta con pocos locales registrados, dedicados al arte corporal, en su mayoría ofrecen el servicio de tatuaje como un servicio genérico que no cuenta con diseños exclusivos y propios de un artista, ofrecen también percings, perforaciones entre otros, muchas veces lo ofrecen inclusive sin la más mínima norma sanitaria, ninguno ofrece un producto de calidad elaborado por un profesional, pues son personas que se dedicaron a brindar este servicio por hobby o necesidad. Por lo que se puede determinar que la creación de la microempresa de tatuajes artísticos garantizaría el servicio en su totalidad, con las debidas normas sanitarias y de obligada observación que permita brindar y mejorar una atención de calidad que satisfaga la expectativa del 100% de clientes.

También se puede manifestar que el servicio de tatuajes en la ciudad de Ibarra no ha tenido crecimiento y por tanto la competencia necesaria que

permita brindar y mejorar una atención adecuada al cliente debido a que todavía se lo considera un tabú.

Ya sea por razones culturales, espirituales o estéticas la impresión de tatuajes y las perforaciones tienen cada vez mayor demanda y ello, junto a una serie de artículos complementarios puede representar una oportunidad de negocio muy atractiva, el presente proyecto de investigación propone rescatar el arte puro con la realización de los tatuajes o modificaciones corporales, a través de la creación de una microempresa de tatuajes artísticos (body art) en la ciudad de Ibarra, ya que dicha investigación permitirá brindar a los clientes potenciales un lugar exclusivo que brinde un servicio de calidad y la ocupación del talento humano disponible.

1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1. General

Realizar el diagnóstico situacional de la ciudad de Ibarra, identificando el entorno en el que se va a desarrollar la microempresa de tatuajes artísticos.

1.2.2. Específicos

- 1.2.2.1.** Establecer los antecedentes históricos de la ciudad de Ibarra.
- 1.2.2.2.** Determinar la ubicación geográfica del área de investigación.
- 1.2.2.3.** Analizar datos sociodemográfico del área de la ciudad de Ibarra.
- 1.2.2.4.** Determinar los aspectos socioeconómicos del área de influencia del proyecto a implementarse.
- 1.2.2.5.** Analizar factores del entorno que afecten o beneficien a la idea de negocio, aliados, oportunidades, oponentes y amenazas.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

1.3.2.1. Antecedentes históricos

1.3.2.2. Área geográfica

1.3.2.3. Datos socio- demográficos

1.3.2.4. Datos socio económicos

1.3.2.5. Factores del entorno

1.4. INDICADORES

1.4.1. Historia

1.4.2. Información Geográfica

1.4.3. Datos de la población

1.4.4. Actividades Económicas

1.4.5. Aliados, Oportunidades, Oponentes, Riesgos

MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

CUADRO 1

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Establecer los antecedentes históricos de la ciudad de Ibarra.	Datos históricos	- Historia	Investigación bibliográfica documental y de campo
Determinar la ubicación geográfica del área de investigación	Área geográfica	- Información geográfica - División política	Investigación documental.
Analizar datos sociodemográfico del área de la ciudad de Ibarra	Datos socio demográficos	- Datos de la población, por ciudad, edad y sexo	Investigación documental
Determinar los aspectos socioeconómicos del área de influencia	Economía	- Datos socio económicos - PEA por grupo ocupacional. - Actividad económica.	Investigación documental.
Analizar factores del entorno que afecten o beneficien a la idea de negocio, aliados, oportunidades, oponentes y amenazas.	Culturales	- Costumbres - Tradiciones - Principios y Valores	Investigación documental Entrevista a expertos Observación directa

Elaborado: La Autora

1.5 Mecánica operativa del diagnóstico

El presente diagnóstico se ha realizado aplicando diferentes técnicas de investigación, la investigación bibliográfica o secundaria ha permitido recopilar datos e información existente sobre el tema, la observación directa ha permitido conocer la actividad mediante un proceso descriptivo de la realidad.

Finalmente se ha analizado la información recopilada con la finalidad de establecer el problema diagnóstico o la oportunidad de inversión.

1.5.1 Identificación de la población y muestra

Para realizar el presente diagnóstico se ha tomado en cuenta a la ciudad de Ibarra y su entorno.

1.5.2. Información Secundaria.

1.5.2.1. Antecedentes Históricos de la Ciudad de Ibarra.

La Villa de San Miguel de Ibarra, es una ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador. Conocida históricamente como "La ciudad blanca" por sus fachadas y por los asentamientos de españoles en la villa. También es muy común la frase "ciudad a la que siempre se vuelve" por su fantástica naturaleza, clima veraniego y amabilidad de sus habitantes.

Esta urbe hoy en día es muy visitada por los turistas nacionales y extranjeros como sitio de descanso, paisajismo, cultura e historia. Es una ciudad cultural en donde predomina el arte, la escritura y la historia; además existe una gran producción turística y hotelera ofrecida para toda la zona. Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura se encuentra edificada a las faldas del volcán que lleva su mismo nombre, en la actualidad constituye el centro de desarrollo económico, educativo y científico de la zona norte del Ecuador.

La Villa de San Miguel de Ibarra fue fundada el 28 de septiembre de 1606, por el capitán Cristóbal de Troya, bajo la orden del entonces presidente de la Real Audiencia de Quito, Miguel de Ibarra y bajo mandato del Rey Felipe de España. La ciudad se construyó entre Quito y Pasto, y cerca al mar. En la época de la colonia los viajes comerciales entre estas dos ciudades proveían a Ibarra de un movimiento comercial por lo que se la consideraba como un pueblo en progreso continuo. El intercambio productivo hizo que la ciudad creciera rápidamente y sus características para la agricultura propiciaron el desarrollo de la zona.

El asentamiento y la villa de San Miguel de Ibarra fueron construidos en el valle de los Caranquis, en los terrenos de Juana Atabalipa, nieta del Inca Atahualpa.

Aún se pueden encontrar restos de construcciones Incas- Los datos históricos y antropológicos afirman que en la conquista española se construyó una ciudad colonial sobre la villa Inca, se usaron las mismas piedras talladas para construir casas coloniales.

La Junta Soberana de Quito, el 16 de noviembre de 1811, dio a la villa de San Miguel de Ibarra el título de ciudad. Posteriormente el 11 de noviembre de 1829, el libertador, Simón Bolívar, nombró a la ciudad capital de la provincia.

Así también el 28 de abril de 1872, constituye una fecha memorable para la ciudad de Ibarra, ya que marca el retorno a la ciudad después del alejamiento parcial debido al terremoto que devastó a la ciudad la madrugada del 16 de agosto de 1868.

1.5.2.2. Demografía.

Según el censo realizado por el INEC en 2010, La ciudad de Ibarra tiene una población de 131.856 habitantes en su área administrativa urbana,

pero en datos reales de aglomeración urbana, la ciudad tiene una población real de 139.721 habitantes, tanto que el cantón del mismo nombre con la población rural cuenta con una población total de 181.175 habitantes, de los cuales 93.389 son mujeres, y 87.786 son hombres.

Población por Sector del Cantón Ibarra - Censo 2010

CUADRO 2

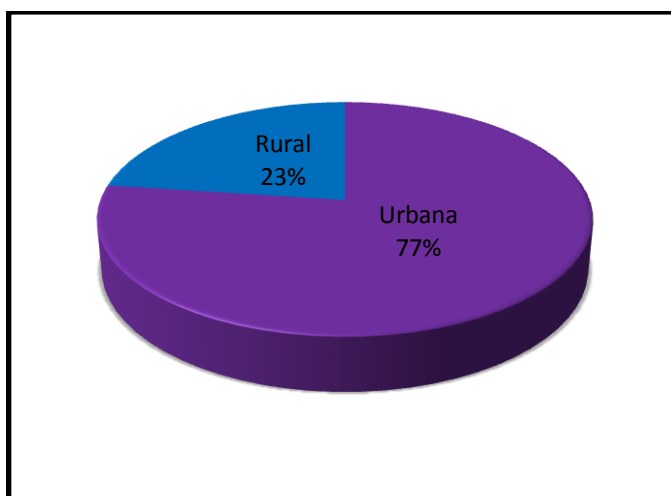
Áreas	Nro. de Habitantes	Porcentaje
Urbano	139721	77%
Rural	41454	23%
Total	181,175	100%

Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: La Autora

Población por Sector del Cantón Ibarra - Censo 2010

GRÁFICO 1



Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: La Autora

Consecuentemente a dichos datos poblacionales es necesario mencionar que la edad promedio de un individuo a nivel del cantón es de 29.6 años, en tanto que el 83.2% de la población cuenta con cédula de ciudadanía, además el 30.2% de la población ocupa un seguro general, mientras que el 9.1% de las personas cuenta con un seguro de salud privado.

Población por Género del Cantón Ibarra Censo 2010

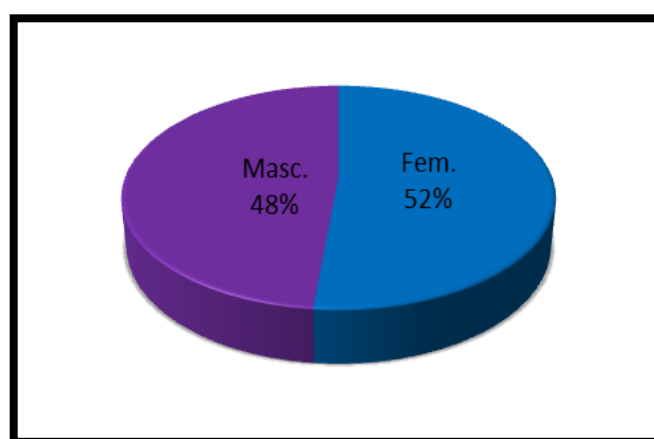
CUADRO 3

Género	Nro. de Habitantes	Porcentaje
Femenino	93.389	51.55%
Masculino	87.786	48.45%
Total	181,175	100%

Fuente: www.inec.gob.ec
Elaborado por: La Autora

Población por Género Cantón Ibarra - Censo 2010

GRÁFICO 2

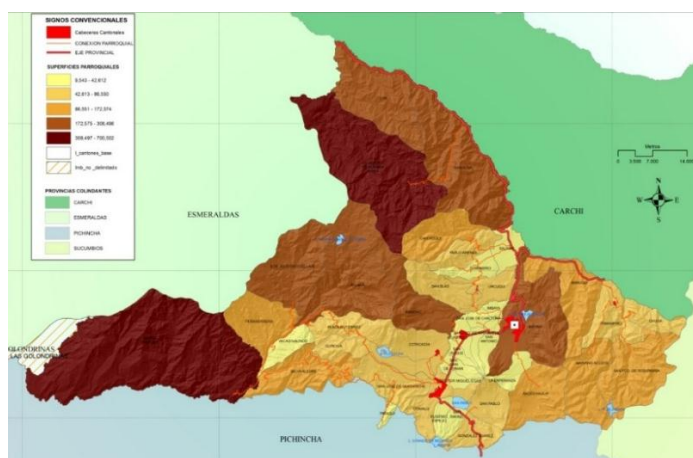


Fuente: www.inec.gob.ec
Elaborado por: La Autora

1.5.2.3. Ubicación Geográfica.

Mapa Geográfico Provincia de Imbabura

GRÁFICO 3



Fuente: www.imbabura.gob.ec / Sistema de Información Geográfica

Ubicada en la zona norte de Ecuador. Se ubica a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán. Su clima es subtropical de tierras altas. Su temperatura oscila entre 12° y los 32° Celsius. La ubicación de la ciudad de Ibarra está casi a mitad distancia entre Tulcán y Quito.

Es también parte del corredor Tulcán-Riobamba, Una megalópolis del Ecuador concentrando las ciudades de la serranía norteña la cual obtiene una población de más de 4.5 millones de habitantes incluyendo los cantones de las capitales provinciales al igual que cantones adyacentes de los cantones capitalinos provinciales.

- Altitud: 2.192 metros.
- Latitud: 00° 21' N
- Longitud: 078° 07' O

1.5.2.4. Aspectos Sociodemográficos.

El Cantón Ibarra está constituido por cinco Parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y la Dolorosa de Priorato, que abarcan un área total de 41.68 km² y siete Parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Ibarra, San Antonio que cuentan con una superficie de 1.162.55 km².

Superficie de las Parroquias Urbanas de la Ciudad de Ibarra

CUADRO 4

Ciudad	Km2
San Francisco	10.29
El Sagrario	10.68
La Dolorosa del Priorato	9.47
Caranqui	6.53
Alpachaca	4.71
Total	41.68

Fuente: Municipalidad de Ibarra, Línea base RRNN, 2005
Elaborado por: La Autora

Las principales Parroquias urbanas con mayor afluencia de público en la ciudad blanca son: El Sagrario y San Francisco, en donde es importante

destacar que debido a su ubicación estratégica en el centro de la ciudad actualmente conforman el motor comercial de Ibarra. Estas Parroquias actualmente cuentan con 57987 habitantes, según las estimaciones realizadas con base en el último censo de población y vivienda realizado en el año 2010.

1.5.2.5. Seguridad.

En aspectos de seguridad cabe realizar un análisis a nivel de toda la provincia de Imbabura, debido a que es un ámbito general en donde se realiza un trabajo conjunto a fin de lograr mejores resultados, es así como a dentro de este ámbito es evidente que en la ciudad y provincia no existen altos índices delincuenciales como a diferencia de otras en el país, por lo que se está trabajando en conjunto autoridades y comunidad para dar soluciones a los problemas de seguridad ciudadana. Los mejores aliados para este proceso de seguridad son; policía nacional, alcaldes, jefes políticos y la ciudadanía de cada cantón ya que son los que conocen la realidad de sus sectores.

A fin de fortalecer la seguridad a nivel provincial actualmente se está ejecutando el plan integral de seguridad ciudadana, y constituye el instrumento que articula los proyectos y acciones del Gobierno Provincial y de la Policía, responsables de la seguridad y del orden público en Imbabura.

El plan Integral de Seguridad Ciudadana, comprende la participación comunitaria ya que es trascendental en la búsqueda de soluciones a los problemas de inseguridad que enfrentan los sectores de Imbabura. Es importante que la comunidad trabaje junto con la Gobernación y la Policía para disminuir la inseguridad de todos sus habitantes.

Dicho plan se lo ha elaborado con el fin de fortalecer y modernizar los mecanismos necesarios para garantizar los derechos humanos, en especial el derecho a una vida libre de violencia y criminalidad, la

disminución de los niveles de delincuencia y el mejoramiento de la calidad de vida de toda la comunidad Imbabureña.

Actualmente la policía ha tomado un cambio de actitud, y su labor se canaliza por un enfoque preventivo más que represivo. El plan prevé acciones prioritarias orientadas hacia los jóvenes y mujeres. La juventud es uno de los grupos más afectados por la violencia y la delincuencia, tanto en condición de víctimas como en la de victimarios, mientras que la población femenina está catalogada como una de las más vulnerables como víctima de la inseguridad ciudadana.

Para la ejecución de estos planes juega un papel muy importante la especialización del policía, así como la capacitación de la ciudadanía para las autoridades, pues de ello depende mucho la mantención de los índices delictivos por debajo del margen aceptable.

La ciudad al haberse consolidado como una ciudad apta para el comercio y al ser una ciudad de paso medianamente fronterizo se ha visto también afectada por todas las implicaciones que ello deriva, el narcotráfico, así como el contrabando son las actividades delictivas más comunes en la ciudad y ante ello el trabajo conjunto que vienen realizando la gobernación, conjuntamente con la policía nacional y fuerzas armadas han dado excelentes resultados ya que en este ámbito delictivo se han logrado dar duros golpes al hampa organizada.

Es así como las autoridades de la ciudad blanca vienen trabajando en conjunto a fin de en el futuro lograr consolidar a la provincia de Imbabura como una de las más seguras a nivel nacional.

1.5.2.6. Educación.

En el ámbito educativo la ciudad de Ibarra y en general la provincia de Imbabura ha logrado consolidarse en un referente en la región Norte del

país, ello a raíz del trabajo realizado a fin de erradicar principalmente el analfabetismo.

Esto lo demuestran los resultados tras el censo realizado en 2010, que demuestra que a nivel del cantón existe un 5.5% de analfabetismo promedio en la población mayor o igual a los 15 años de edad, mientras que el promedio de años de escolaridad mayor o igual a 10 es del 9.8% lo cual indica un alto índice de escolaridad, en tanto que la cobertura del sistema de educación pública es del 70.2%, en donde cabe destacar que tan solo existe un 2.9% de hogares con niños/as que no asisten a un establecimiento educativo.

Todo esto demuestra que está avanzando continuamente la educación del cantón, la provincia y el país.

Nivel de Analfabetismo Provincia de Imbabura - Censo 2010

CUADRO 5

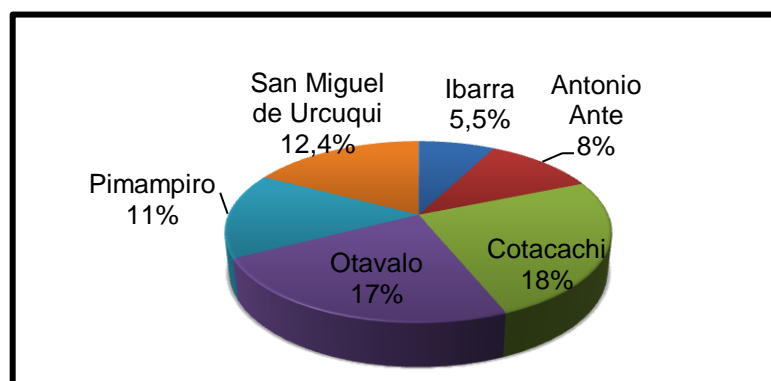
Cantón	Analfabetismo (%)
Ibarra	5.5%
Antonio Ante	8%
Cotacachi	18%
Otavalo	17%
San Miguel de Urcuqui	12.4%
Pimampiro	11%

Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: La Autora

Nivel de Analfabetismo Provincia de Imbabura - Censo 2010

GRÁFICO 4



Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: La Autora

Con respecto al acceso a la tecnología y que hoy en día se lo ha identificado como otro tipo de analfabetismo, este es el “analfabetismo digital”, que va vinculado con el uso de la computadora y la tecnología. En este sentido se establece que en el cantón Ibarra existe un 23.5% de analfabetismo digital en edades comprendidas mayores o igual a 10 años, en tanto que un 68.2% de la población utiliza telefonía móvil, además un 43.7% de la población tiene acceso a una computadora y finalmente el 37.2% de la población utiliza y tiene acceso al internet.

En la actualidad se estudia la posibilidad de ejecutar el proyecto denominado "YACHAY" o “CIUDAD DEL CONOCIMIENTO”, que involucra la participación activa de toda la provincia significando un desarrollo tecnológico a nivel regional, nacional e internacional para quienes formaran parte de esta propuesta tecnológica. La ciudad del conocimiento constituye la construcción de un parque tecnológico donde se implantarán microempresas, instituciones, organismos públicos y privados relacionados con la investigación, la generación de nuevas ciencias así como el desarrollo de diversas ramas tecnológicas tan importantes como la nanotecnología.

1.5.2.7. Cultura y recreación.

Dentro de las actividades de cultura y recreación la provincia de Imbabura así como la ciudad de Ibarra vienen trabajando en el fortalecimiento de estos aspectos todo ello por medio del Ministerio de Cultura y la Ilustre Municipalidad de Ibarra.

Bajo esta realidad, cabe señalar que estas dependencias vienen trabajando en la recuperación de viejas tradiciones engendradas en la provincia así como también en la recuperación de juegos tradicionales entre los que destaca el juego de tabla, en donde se vienen ejecutando proyectos de recuperación de la identidad social y cultural de la provincia.

Actualmente es común ver que se están unificando a los diferentes movimientos sociales y culturales, a los cuales se les está concediendo la ocupación y participación en diferentes espacios de la comunidad a fin de dar a conocer todo su potencial expresado en actividades como el teatro, pintura, música, etc.

Entre las principales actividades culturales que cuentan con trayectoria y reconocimiento a nivel provincial sobresalen:

- ✓ El Inti-Raymi
- ✓ El Carnaval de Coangue
- ✓ El Yamor
- ✓ El Pawcar Raymi
- ✓ Las comparsas del 31 de Diciembre

1.5.2.8. Salud.

En materia de salud, la provincia de Imbabura mediante el apoyo del gobierno nacional y este a través del Ministerio de Salud Pública vienen trabajando de forma conjunta a fin de garantizar la calidad de los servicios de salud para toda la población en cada cantón.

Es así como a partir del año 2008 hasta la actualidad se viene trabajando en el desarrollo de competencias interculturales en el personal de salud, afín de dar cumplimiento al principio de interculturalidad que promulga el MSP a nivel nacional, en donde se destaca que la provincia cuenta con un sistema de información único que incluye la variable étnica para la desagregación estadística, además de la adecuación de la infraestructura física que incluye señalética en quichua y español en las diferentes unidades médicas, adecuación y ambientación de la sala de parto culturalmente en áreas sub urbanas y rurales.

Otros aspectos relevantes resultado del trabajo conjunto constituyen, el fortalecimiento de la red comunitaria principalmente en zonas rurales con la participación de parteras, Equipos Básicos de Salud , actores

comunitarios como: Comités de Salud, Juntas Parroquiales y Tenientes Políticos, con quienes se han realizado mapas parlantes para la identificación de emergencias obstétricas y referencia oportuna; así como la identificación de grupos de riesgo, prevención de enfermedades y principalmente la certificación a las Parteras Comunitarias por parte del Ministerio de Salud Pública a través de la capacitación en signos de riesgo para que se articulen en la referencia de las embarazadas desde las comunidades hacia las Unidades Operativas.

Actualmente la provincia cuenta con 64 unidades de salud.

Bajo este precedente, es importante señalar que a nivel de los cantones de Imbabura los servicios médicos y/o de salud se encuentran garantizados y/o cubiertos, en donde es muy clara la inversión que el actual gobierno viene realizando a fin de garantizar el acceso gratuito a servicios médicos de calidad.

Además no existen registros recientes de rebrotes de epidemias, a pesar de que en la provincia existe un gran promedio de personas que viven en el área rural. Todo ello es el reflejo del trabajo que se viene ejecutando en donde las campañas de prevención han jugado un papel muy importante en materia de prevención de riesgos dentro del área de salud.

1.5.2.9. Aspectos Socioeconómicos.

1.5.2.9.1. Servicios.

Dentro del área de servicios que comprende dotación y abastecimiento de servicios básicos a la comunidad, cabe destacar el trabajo que viene realizando el cabildo de la ciudad para la dotación y cobertura en todas las áreas de la ciudad.

En cuanto a servicios de telecomunicaciones aún es muy notoria la desigualdad existente en la distribución de estos hoy considerados imprescindibles en la población, lo que acentúa aún más la brecha

existente entre zonas urbanas y rurales, condenando a las segundas a seguir desintegradas económicamente, con bajos ingresos capitales, aislados de los servicios básicos, lo que implica un grave problema para las grandes ciudades como Quito, Cuenca, Guayaquil, Ibarra y otras cabeceras provinciales, debido a que esta situación hace que exista una masiva y potencial migración rural, lo que implicaría una sobrepoblación en la zona urbana y una discriminación hacia la zona rural.

Fura del ámbito de dotación y cobertura de servicios básicos, se encuentran aquellos servicios que presta u ofrece la ciudad de Ibarra así como la provincia, en donde se destacan servicios gastronómicos, de hospedaje y turismo en general, a continuación se describen aquellos de mayor relevancia:

a. Servicios de Turismo

Ibarra cuenta con una historia que viene desde la época de los Incas, e incluso antes, cuando los Quitus y Caranquis dominaban, pasando por la dominación española y posteriormente los vestigios de la lucha por la libertad.

De calles adoquinadas y casas coloniales, Ibarra, conocida como la Ciudad Blanca, es una de las ciudades más visitadas en el norte del país. Su casco antiguo presenta construcciones de una sola planta, pintadas de blanco, que rodean a los parques Pedro Moncayo y La Merced, muy ornamentales y bien cuidados.

En las Universidades Católica y del Norte, así como en la Casa de la Cultura y el Colegio de Arquitectos, es posible visitar exposiciones de arte. También hay museos con muestras arqueológicas, numismáticas, minerales, filatélicas y paleontológicas, entre otras. La urbe cuenta con infraestructura hotelera, bares y restaurantes con comida típica. Alrededor de Ibarra y en toda la provincia de Imbabura, hay bellas hosterías

modernas y antiguas, que acogen a los visitantes en los bellos rincones de esta parte del país.

Todos esos hechos tienen testigos materiales que son atractivos turísticos potenciales, y no solo eso, Ibarra también goza de paisajes exuberantes, y al ser multicultural y multirracial, un simple vistazo para tomar un tradicional helado de paila o pan de leche conforma una experiencia muy agradable.

b. Principales atractivos turísticos

➤ Iglesias

La ciudad blanca cuenta con muchos templos católicos entre los que destacan:

- La Catedral: ubicada en el centro de la ciudad, es la central de la diócesis, construida después del terremoto de Ibarra, cuenta con varias obras de la escuela de arte de Quito.
- Basílica "La Merced": su altar está cubierto de pan de oro; fue construida inmediatamente después del terremoto.
- Capilla Episcopal: anterior al terremoto de 1868, se encuentra a un lado de la catedral, cuenta con obras de arte de la época colonial.
- San Agustín: resguarda el arte anterior a 1868 e incluso es testigo sobreviviente de la batalla de Ibarra (1823).
- San Antonio: en su interior se refugió Simón Bolívar ante las tropas de Agualongo, está en la ciudad rural de San Antonio de Ibarra, en las afueras del sector urbano.
- Basílica de "La Dolorosa": fue construida sobre las ruinas de "La Compañía", otro templo católico destruido en el terremoto de 1868.
- San Francisco y Santo Domingo: construidos a principio del siglo pasado, su arquitectura tanto interior como exterior, son dignos de admiración.

- Santuario del Señor del Amor de Caranqui, se ubica al sur de la Ciudad de Ibarra a 5 minutos del centro histórico.

➤ **Parques**

Así también la ciudad tiene a su haber hermosos parques y plazoletas muy tradicionales entre los que destacan:

- Parque Pedro Moncayo: es el parque principal de la ciudad, se ubica al frente de la Gobernación y la Municipalidad de Ibarra.
- Plazoleta Francisco Calderón: actualmente es un escenario para eventos importantes de la ciudad, por lo cual lleva el nombre de Plazoleta de la Ibarreñidad.
- Plazoleta Abdón Calderón: se ubica frente a la iglesia de San Agustín, por lo que comúnmente a esta pequeña plazoleta se la conoce con el mismo nombre.
- Parque Víctor Manuel Peñaherrera: está frente a la Basílica de "La Merced". En siglos pasados fue sitio de mercado, plaza de festejos taurinos y de otras distracciones populares y deportes.

➤ **Paisajes**

Entre los paisajes que denotan a la ciudad blanca tenemos:

- Laguna de Yahuarcocha: literalmente significa "lago de sangre" y debe este nombre al hecho de que en sus orillas se tuvo lugar la última batalla de resistencia de los Caranquis contra las tropas incas invasoras.
- Loma de Guayabillas: es una amplia zona verde conocida como el pulmón de Ibarra, también cuenta con un zoológico y las instalaciones necesarias para un paseo familiar.
- El Mirador: aquí se encuentra una estatua de San Miguel Arcángel, patrono de la ciudad.
- Yuracruz: ubicada a espaldas del anterior, esta loma más alta permite observar con más amplitud las bellezas naturales de la ciudad y la provincia.

- Valle del Chota: Este lugar goza de un clima caliente, y también es cuna de los mejores futbolistas ecuatorianos.
- Ambuquí: este sector cuenta con una gran infraestructura turística, que aprovecha el clima cálido de este lugar.
- Caranqui: este sector está lleno de historia, aquí se han encontrado muchas reliquias arqueológicas debido a que se asentaron los pueblos que hicieron férrea resistencia a los Incas.
- San Antonio de Ibarra: es reconocida por sus artesanías y la escultura en madera, haciendo parte de la cultura y tradición de la provincia y el país.
- La Esperanza y Zuleta: Ubicadas a poca distancia de Ibarra, estas población es conocida por la habilidad de sus mujeres para elaborar bordados multicolores muy finos.

c. Gastronomía

En esta provincia, se puede degustar una amplia variedad de platos típicos entre los más destacados tenemos:

- **Empanadas de Morocho:** La masa es de morocho (variedad de maíz) mojado, relleno de carne de cerdo o res, con refrito de cebolla, zanahoria y arvejas, fritas en aceite. (Tradicional Ibarra).
- **Tortillas de Maíz:** Tostadas en tiesto de barro acompañadas con fritadas, hornados y aguacate. (Tradicional Ibarra).
- **El pan de leche y los helados de crema:** Dos deliciosos bocadillos que deleitan el paladar de propios y extraños. (Tradicional de Caranqui).
- **El Hornado:** Consiste en un plato de cerdo al calor del carbón de hornos de barro, el cual es acompañado de las tradicionales cosas finas. (Tradicional Otavalo)
- **Carnes Coloradas:** Es carne preparada con achiote. Son sazonadas y secadas al sol, después de una semana se corta en pedazos y

luego se las asa. Se acompañan de mote, papas cocinadas, aguacates y salsa de queso. (Otavalo y Cotacachi).

- **Caldo de Patas:** Es una sopa preparada con patas de res, maní, leche, mote y refrito de cebollas y achiote. Tiene un alto poder nutritivo (Valle del Chota).
- **Chicha del Yamor y de Jora:** Bebida de maíz fermentado con panela e hierbas aromáticas. En el caso de la chicha de Jora, lleva sólo maíz amarillo; la chicha del Yamor, en cambio tiene 7 clases de maíz: blanco, amarillo, negro, morocho amarillo, morocho blanco, chulpi y canguil. Hay chicha de arroz y de frutas. (Tradicional Otavalo)
- **La Tradicional Fritada:** La fritada se la sirve con papas y plátano maduro, mote, choclo y tostado. (Tradicional de Atuntaqui).
- **Cuy Asado:** Se los acompaña de mote, tostado, choclo, papas, lo cual deleita los paladares no solo de la gente del lugar sino también de miles de turistas que visitan el pueblo. (Tradicionales de Chaltura)
- **Champus:** Es una colada de harina de maíz, con mote y piña acompañados de guaguas de pan. (Tradicional de Otavalo)
- **Mazamorra con cuy:** Plato tradicional que se brinda en fiestas indígenas es la mazamorra con cuy. (Tradicional de Otavalo)
- **Caldo de gallina criolla:** Es un apetitoso plato de caldo de gallina criolla, le lo prepara con carne de gallina de campo, arroz, arveja, zanahoria, sal, comino, cilantro, cebolla, etc. (Tradicional de Urcuqui).
- Las humitas y los quimbolitos también son muy tradicionales. (Tradicional Imbabura).

d. Repostería

Dentro de este segmento es donde se encuentra la mayor tradición de tipo gastronómico engendrada en la ciudad blanca y en donde se destacan los típicos:

- **Helados de Paila:** El secreto de estos famosos y deliciosos helados es que son de puro jugo de fruta y clara de huevo, luego son batidos a mano en paila de bronce sobre hielo, que tradicionalmente provenía de los glaciares de Cayambe y de Cotacachi (en épocas antiguas). Se suelen acompañar de quesadillas y barquillos. (Tradicional de Ibarra).
- **Arrope de Mora:** Dulce o jalea de mora, su elaboración consiste en mezclar el jugo de mora, azúcar y un poco de limón, preparado con muy poco agua. (Tradicional de Ibarra).
- **Nogadas:** Son dulces hechos base nueces de nogal, o tocte, panela las cuales son envueltas en cajas especiales. (Tradicional de Ibarra).
- **Las tradicionales, “cosas finas”:** (suspiros, mojicones, panuchas, rosquetes) elaborados a base de harina de maíz. (Tradicional de Ibarra).

1.5.2.10. Comercio.

El censo económico del año 2010, determina que la ciudad de Ibarra cuenta con alrededor de 9.485 establecimientos económicos, que generaron 1.700 millones de dólares en ingresos por ventas. Dentro de dichos establecimientos existen 28. 731 personas ocupadas, que generan un total de 16. 6. Millones dólares en activos fijos.

Las actividades productivas son; la fabricación de muebles y la elaboración de productos de panadería, en actividades de comercio destacan; la venta al por menor de alimentos, tatuajes artísticos y tabacos, la venta al por menor de alimentos, tatuajes artísticos y tabaco en puestos de venta y mercados, en servicios son; actividades de restaurantes y servicios móviles de comida y otros como las actividades de telecomunicaciones.

Principales Actividades de Comercio Cantón Ibarra - Período 2011

CUADRO 6

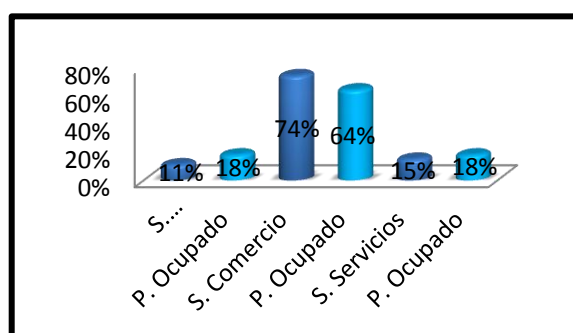
Principales Actividades (Nro. Establecimientos)	Total de Establecimientos	%	Ingresos por Ventas (Millones USD)	%	Personal Ocupado	%
Sector manufactura	814	0.11	115	0.07	2657	0.18
Sector comercio	5360	0.74	517	0.30	9538	0.64
Sector servicios	1084	0.15	1063	0.63	2589	0.18
Total	7258	100	1695	100	14784	

Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: La Autora

Principales Actividades de Comercio Cantón Ibarra - Período 2011

GRÁFICO 5



Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: La Autora

Como se puede apreciar las principales actividades de comercio que se practican en la ciudad de Ibarra así como a nivel de la provincia son la manufactura que abarca un 11% del mercado de comercio, así también el comercio que abarca gran parte del segmento con una participación del 74%, mientras que en el área de servicios tenemos una participación del 15%, actividades que se proyectan a ser pioneras en la ciudad destacando las actividades de manufactura que son mayoritariamente cantonales a consolidarse en el mercado nacional e internacional en un futuro no muy distante.

Actividades de Comercio Informal Cantón Ibarra - Período 2011

CUADRO 7

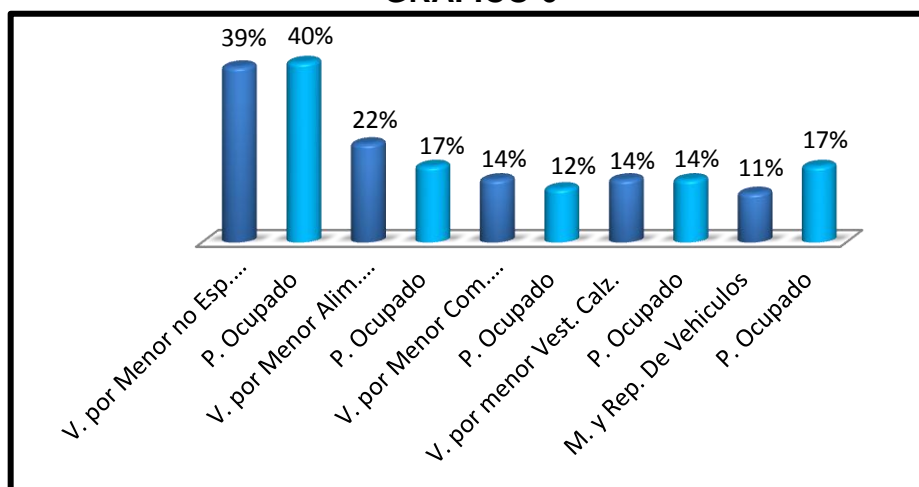
Principales Actividades (Nro. Establecimientos)	Total de Establecimientos	%	Ingresos por Ventas	%	Pers onal Ocupado	%
Venta al por menor no especializada en alimentos, bebidas y tabaco.	1308	0.39	73408982	0.57	1964	0.40
Venta al por menor de alimentos, y tabaco en puestos y mercados.	723	0.22	16073546	0.12	866	0.17
Venta al por menor de alimentos en comercios especializados.	461	0.14	11506745	0.09	589	0.12
Venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero.	454	0.14	17701859	0.14	700	0.14
Mantenimiento y reparación de vehículos automotrices.	359	0.11	10370317	0.08	829	0.17
Total	3305	100	129061449	100	4948	100

Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: La Autora

Actividades de Comercio Informal Cantón Ibarra - Período 2011

GRÁFICO 6



Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: La Autora

Haciendo énfasis en los datos de las principales actividades de comercio informal que se dan en la ciudad de Ibarra cabe destacar que es amplio este sector del comercio ya que involucra directa e indirectamente a varios sectores productivos. Es importante señalar que este sector económico y de comercio genero alrededor de 130 millones de dólares el año pasado y mantuvo en ocupación plena a 4948 personas, lo cual indica que estos ingresos generados fueron indistintamente distribuidos en varios sectores económicos y sociales de la ciudad y porque no de la provincia.

En conclusión el comercio es la actividad que genera el mayor movimiento económico en la ciudad de Ibarra, pues no solo se piensa en esta urbe como un destino turístico, sino también como un destino comercial, a lo que se suma el empleo que genera la actividad. A pesar de todo ello cabe destacar que una de las principales debilidades que debe superar el comercio en la ciudad es la dificultad para generar créditos al sector comercial, por parte de las entidades financieras, ello se refleja en las fuertes imposiciones que se generan en créditos de carácter micro-empresarial.

1.5.2.11. Costumbres y tradiciones culturales relacionadas con el tatuaje

Anteriormente, los tatuajes se encontraban relacionados con una imagen de hombres rudos. Los marineros regresaban de largos viajes con las anclas tatuadas para dejar marcado su regreso invicto de altamar. También estaban asociados a los presos y a lo marginal.

Pero la simbología del tatuaje ha cambiado y cada vez son más quienes se animan a plasmar una marca en su piel para toda la vida. Lo más llamativo de quienes se atreven a las agujas aseguran que una vez que se dio ese primer pasó, no hay vuelta atrás. Los tatuajes son una especie de 'diseño' que se le agrega al cuerpo, y las elecciones y dibujos de cada

uno hablan mucho de su personalidad; a la gente le gusta exteriorizarlo, ser diferente.

Los estereotipos con los tatuajes van desapareciendo poco a poco. Lo que antes se consideraba como una señal de delincuencia y rebeldía ante la sociedad, hoy se lo ve de otra forma. Los tatuajes cada vez son más aceptados como una expresión artística, tanto del tatuado como del tatuador.

El tatuaje es un arte milenario y se remonta a 8.000 A.C en la Edad de Bronce, "Sin lugar a dudas, a fines de los 90 el crecimiento fue exponencial, de la mano de muchas celebridades con todo tipo de tatuajes".

Los grandes difusores de esta moda de llevar dibujos permanentes en la piel fueron los famosos, desde actores hasta cantantes y artistas. Ellos, los grandes referentes de todas las generaciones, marcan tendencia con su estilo, su forma de vestir, de expresarse e inclusive, de tatuarse. Pero además de la moda, hay una explicación psicológica por la que los seres humanos eligen llevar una marca en la piel.

"El psicólogo clínico Iván Tapia, señala que en nuestra cultura hace ya tiempo que se ha instaurado el llevar un tatuaje y que probablemente tiene que ver con una sociedad y amores líquidos, los tatuados buscan algo que permanezca, que no sea descartable, que acompañe, si lo desea, para siempre. El dolor de hacérselo, el costo y el símbolo privado forman parte de un momento que la persona recordará para siempre", que sin duda, quien toma la decisión de tatuarse proyecta en dicho acto la intención de reparar, de tapar o de destacar algún aspecto de su persona.

En esa misma línea, la doctora en psicología Mónica Cruppi, miembro de la Asociación Psicoanalítica Argentina (APA) consideró que constituye "un

fenómeno masivo, artístico y mundial, propio del sujeto posmoderno que se encuentra desanclado de lo social y con lazos muy frágiles que muchas veces le producen incertidumbre, angustia y desamparo".

Si bien no es más que un símbolo, una escritura en el cuerpo, finalmente tienen un sentido particular para aquella persona que decide tenerlo. "El tatuaje representa lo invariable; actúa de sostén y protección, frente a las vicisitudes de la vida moderna", añadió el especialista.

Esta tendencia también implica un presupuesto. Los valores de los tatuajes varían mucho en función del tamaño, el diseño y el lugar del cuerpo en que se realice.

1.6. Entrevista a Expertos sobre gustos y preferencias en tatuajes.

CUADRO 8

NOMBRE –EXPERTO	DIRECCION	NRO CELULAR
Oscar	Pasaje Ibarra (entrada principal x la calle Olmedo Nro. de local 134)	0984363535
Mario Cabezas	Pasaje Ibarra (entrada principal x la calle Sánchez y Cifuentes Nro. d local 321)	0994015782
Lucas	Bolívar y Colon 2do. piso	0987254536
Tony	Pedro Moncayo y Bolívar	0992248826
Lenin	Pasaje la Fortuna Calle Bolívar 2do piso Nro. 87	0974586936

Fuente: Entrevista a Expertos
Elaborado por: La Autora

a. ¿Qué tipo de necesidades satisface el tatuaje artístico?

El tatuaje artístico satisface la necesidad de interactuar socialmente, el tatuaje no es tan sólo moda, por el contrario es un arte único y lleno de significado, busca llamar la atención social.

Las personas pueden llegar a sentir necesidad de tatuarse por diferentes razones como:

Pertenecer a un grupo social, cultural o étnico como tribus ritualistas o ser miembro de una pandilla, presenta la necesidad de que la persona se tatúe. Puede ser tanto un ritual como un tatuaje que identifique un rango.

Razones cosméticas como la cirugía plástica, considerada como una adicción en personas que esconden bajo decenas de cirugías plásticas un trastorno psicológico que los lleva a modificar su aspecto hasta llevarlo a lo “socialmente aceptable”. Por lo cual también se puede considerar a los tatuajes cosméticos como una especie de adicción.

Coleccionar cosas, desde un punto de vista psicológico puede transformarse en una necesidad y en una adicción. Mientras que algunas personas simplemente disfrutan de coleccionar cosas, otras realmente se convierten en maníacos obsesivos que buscan coleccionar elementos para satisfacer así una necesidad y el caso de los tatuajes no es la excepción.

b. ¿Considera usted, que los servicios de tatuaje que brinda el mercado satisface la demanda existente?

Los servicios de tatuajes artísticos que se brindan en la ciudad no son suficientes ni en cantidad, ni en calidad pues existen potenciales clientes que se ven en la necesidad de trasladarse a la ciudad de Quito para satisfacer sus requerimientos y necesidades.

c. ¿Qué condiciones de servicio debe reunir un estudio de tatuajes artísticos para satisfacer las necesidades de los clientes?

Asesoría al cliente antes, durante y después de realizado el tatuaje.

Diseños exclusivos con todos los parámetros que el cliente pide.

Asepsia, esterilización del local, equipos y herramientas.

Prácticas de bioseguridad para minimizar riesgos de enfermedades.

Tatuaje que no generen daño estético.

Material desechable en cada trabajo.

Ambiente acogedor.

Accesibilidad en los precios.

Facilidades de pago.

d. ¿Quienes gustan de este tipo de tatuajes?

Existen una gran variedad de personas que gustan de los tatuajes artísticos, desde adolescentes que buscan guardar sus experiencias y amores juveniles, hasta personas con dificultades de interacción social y comunicación, por lo que hacerse un tatuaje se presenta como una forma de facilitar entablar relaciones, de empezar una conversación y de conocer gente nueva, se trata de una realidad y hacerse un tatuaje para algunos es una forma de interactuar socialmente, es una cuestión de vital importancia.

e. ¿Que buscan expresar y cuál es su significado?

La gran mayoría de las personas atraídas con el arte de los tatuajes, escogen el tatuaje como un medio de expresión. Ya sea de un momento vivido, de algo que tuvo mucho significado en sus vidas, de una filosofía, religión o ideal, el tatuaje es un medio perfecto para la expresión.

Incluso puede que no tenga un significado particular, sino que simplemente se decida hacerse un tatuaje por la belleza o la fealdad del diseño. Se trata de expresar algo con nuestro cuerpo.

Expresar lo que sentimos, lo que pensamos, lo que nos gusta o desagrada y hasta lo que somos es una necesidad. Expresarse es algo que necesariamente todos debemos hacer y en muchos casos expresarse con un tatuaje es una necesidad que se puede volver adictiva.

f. ¿Cuál es el género y edad promedio de sus clientes?

La mayoría de clientes son personas adultas, de entre 18 y 35 años de edad, en menor proporción acuden menores de edad, a quienes se les solicita asistan con sus padres, a fin de evitar problemas de autorización.

En cuanto a su género, se estima que un 60% son varones, el 40% restante corresponde a mujeres.

g. ¿Qué precio tiene un tatuaje?

El precio puede variar dependiendo del tamaño, complejidad, tipo y color del dibujo, puede ir desde \$20 hasta \$80 dólares o más, como es algo artístico, no hay nada igual, también depende del número de sesiones. Hay personas que invierten mucho dinero en decorar su cuerpo.

h. ¿Es importante la ubicación de los estudios de tatuajes?

Es importante pero no determinante, más importante para el cliente es el tipo de trabajo que se realiza, la calidad del tatuaje, el grado de asepsia que se mantiene en el estudio.

i. ¿Cuántas veces al año se tatúa una persona?

Los clientes acuden todos los días a realizarse un tatuaje pero no siempre son los mismos clientes, son personas distintas, pero los que son inclinados por este arte pueden regresar a los 3 meses más o menos por otro tatuaje, pero vale recalcar también que hay clientes que regresan después de 2 semanas esto lo hacen porque el diseño que se está plasmando en su piel es demasiado grande o complejo y se requirió de algunas sesiones para culminarlo.

1.7. Matriz AOOR.

Matriz AOOR
CUADRO 9

Aliados	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nueva concepción social referente al tatuaje. ➤ Gama de diseños y tamaños de tatuajes. ➤ Amplia experiencia en tatuajes artísticos. ➤ Existencia de Equipos y tecnología para realizar trabajos de calidad. ➤ Disponibilidad de tecnología, materiales y equipos de calidad para desarrollar el negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tendencia creciente y sostenida por el gusto de tatuajes artísticos. ➤ Pocos estudios de tatuaje artístico en la ciudad. ➤ Segmento de mercado en crecimiento. ➤ Preferencias de clientes que buscan calidad e innovación en equipos y diseños. ➤ Tecnología, materiales y equipos importados.
Oponentes	Riesgos
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Criterio social remanente respecto a los tatuajes. ➤ No se cuenta con mano de obra calificada. ➤ Limitada difusión y publicidad del producto. ➤ Dificil acceso a fuentes de financiamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Personas que presentan reacciones alérgicas a la tinta de los tatuajes. ➤ Problema en el suministro de materias primas, materiales y equipos. ➤ Competencia desleal.

Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: La Autora

El diagnóstico situacional permite concluir que cada uno de los elementos que intervienen en el mismo cambia de conformidad con las circunstancias del lugar y expectativas del consumidor; por lo que de conformidad con los resultados alcanzados se requiere formular una propuesta de servicio innovador, original y saludable que satisfaga los requerimientos del cliente y permita al consumidor contar con un servicios acorde a sus gustos y necesidades, pues de ello depende el éxito del negocio.

1.8. Determinación de la Oportunidad de Inversión

Una vez efectuado el diagnóstico, se puede concluir que las oportunidades potenciales que se pretende aprovechar son:

Gusto creciente y sostenido por los tatuajes personalizados, es decir cada vez las personas se inclinan más por este arte y quieren plasmar en su piel todo tipo de sentimientos, gustos, y preferencias, o simplemente identificarse con una cultura, tradición, ideología, o personaje famoso. En nuestra cultura cada vez va desapareciendo el tabú por los tatuajes.

Existen pocos estudios de tatuaje artístico en la ciudad, debido a que este es un arte puro que necesita de experiencia y práctica, es un don artístico que pocas personas lo tienen, en el Ecuador no existe procesos de formación técnica y menos aún profesional que se refiera a Tatuajes en las personas.

Se ha identificado la existencia de un segmento de mercado que busca calidad en el servicio de tatuajes, que el trabajo sea realizado por un artista profesional, que se cumplan con todas las condiciones de asepsia, higiene, y de esterilización; innovación en diseños personalizados y por último disponibilidad de equipos y tecnología con los que se realiza el trabajo actualizados; condiciones con las que se cuenta para el proyecto en mención.

Se cuenta también con importantes aliados para la ejecución y desarrollo del proyecto que brindan una importante ventaja competitiva; por lo que habiendo detectado esta oportunidad, se propone aprovecharla, para lo cual se propone realizar la siguiente investigación:

“Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de tatuajes artísticos en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura”.

CAPÍTULO II

2. Bases teóricas y científicas.

2.1. Introducción.

Se cita a continuación principales conceptos y fuentes bibliográficas, relacionados con el tema motivo de estudio, estos constituyen el soporte teórico-científico de la investigación realizada; constan también criterios de la autora del presente trabajo de grado.

2.1.1. La Microempresa.

PAEZ, Roberto N. (2008) Pág. 3; afirma: “Microempresa es una entidad formada por capital y que se dedica a la actividad de producción, comercialización y prestación de servicios y bienes a la colectividad”.

Se puede afirmar, que la microempresa es una organización que incorpora a sus procesos productivos recursos humanos, técnicos, tecnológicos y financieros con la finalidad de satisfacer las necesidades de la sociedad.

2.1.1.1. Importancia de la Microempresa.

La importancia de la microempresa radica en que se constituye en un ente generador de riqueza de un país, mediante el desarrollo sostenible de la misma, por lo que es importante investigar la microempresa, su entorno y competencia. Se deberá conocer su entorno en el cual se desempeña, sus oportunidades y amenazas, sus fortalezas y debilidades entre otros aspectos de importancia para su éxito. El conocimiento de estos elementos permite construir un escenario en el cual la microempresa se desempeñara a futuro.

2.1.1.2. Clasificación:

Las microempresas se clasifican:

2.1.1.2.1. Según el Sector de Actividad:

- a.** Microempresas del Sector Primario. También denominado extractivo, ya que el elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza: agricultura, ganadería, caza, pesca, extracción de áridos, agua, minerales, petróleo, energía eólica, etc.
- b.** Microempresas del Sector Secundario o Industrial. Se refiere a aquellas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima. Abarca actividades tan diversas como la construcción, la óptica, la maderera, la textil, entre otras.
- c.** Microempresas del Sector Terciario o de Servicios. Incluye a las microempresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales. Comprende también una gran variedad de microempresas, como las de transporte, bancos, comercio, seguros, hotelería, asesorías, educación, restaurantes, y más.

2.1.1.2.2. Según el tamaño:

Existen diferentes criterios que se utilizan para determinar el tamaño de las microempresas, como el número de empleados, el tipo de industria, el sector de actividad, el valor anual de ventas, etc. Sin embargo, e indistintamente el criterio que se utilice, las microempresas se clasifican según su tamaño en

- a.** Grandes Microempresas. Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares, tienen miles de empleados de confianza y sindicalizados, cuentan con un sistema de administración y operación muy avanzado y pueden obtener líneas de crédito y préstamos importantes con instituciones financieras nacionales e internacionales.

b. Medianas Microempresas. En este tipo de microempresas intervienen varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles, generalmente tienen sindicato, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos automatizados.

c. Pequeñas Microempresas.- <http://www.promonegocios.net/microempresa/pequena-microempresa.html>,
Afirma: “La pequeña microempresa es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que la conforma no excede un determinado límite, y como toda microempresa, tiene aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras, todo lo cual, le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad”.

La microempresa por lo general es una entidad independiente de carácter familiar en donde los ingresos generados por ésta, constituyen el capital de trabajo lo cual no permite la incorporación de recursos para su crecimiento y desarrollo, manteniendo una economía de supervivencia dentro de este ámbito microempresaria.

2.1.1.2.3. Según el Destino de los Beneficios:

Según el destino que la microempresa decida otorgar a los beneficios económicos o excedente entre ingresos y gastos, pueden categorizarse en dos grupos:

- a. Microempresas con Ánimo de Lucro.** Cuyos excedentes pasan a poder de los propietarios, accionistas, etc.
- b. Microempresas sin Ánimo de Lucro.** En este caso los excedentes se vuelcan a la propia microempresa para permitir su desarrollo.

2.1.1.2.4. Según la Forma Jurídica:

La legislación de cada país regula las formas jurídicas que pueden adoptar las microempresas para el desarrollo de su actividad. La elección de su forma jurídica condicionará la actividad, las obligaciones, los derechos y las responsabilidades de la microempresa. En ese sentido, las microempresas se clasifican en términos generales en:

- a.** Unipersonal. El microempresario o propietario, persona con capacidad legal para ejercer el comercio, responde de forma ilimitada con todo su patrimonio ante las personas que pudieran verse afectadas por el accionar de la microempresa.
- b.** Sociedad Colectiva. Dos o más personas cualesquiera pueden unirse y formar una sociedad colectiva. Cada una acuerda aportar parte del trabajo y del capital, quedarse con un porcentaje de los beneficios y compartir, desde luego, las pérdidas o las deudas.
- c.** Cooperativas. No poseen ánimo de lucro y son constituidas para satisfacer las necesidades o intereses socioeconómicos de los cooperativistas, quienes también son a la vez trabajadores, y en algunos casos también proveedores y clientes de la microempresa.
- d.** Comanditarias. Poseen dos tipos de socios: a) los colectivos con la característica de la responsabilidad ilimitada, y los comanditarios cuya responsabilidad se limita a la aportación de capital efectuado.
- e.** Sociedad de Responsabilidad Limitada. Los socios propietarios de estas microempresas tienen la característica de asumir una responsabilidad de carácter limitada, respondiendo solo por capital o patrimonio que aportan a la microempresa.

f. Sociedad Anónima. Es una entidad jurídica independiente y, de hecho, es una persona jurídica que puede comprar, vender, pedir créditos, producir bienes y servicios y firmar contratos. Disfruta además, de responsabilidad limitada, lo que quiere decir que la inversión y la exposición financiera de cada propietario en ella se limitan estrictamente a una cantidad específica.

2.1.1.3. Características generales

Las características principales de la pequeña microempresa son las siguientes:

- Ritmo de crecimiento.
- Mayor división del trabajo (que la microempresa).
- Requerimiento de una mayor organización (que la microempresa).
- Capacidad para abarcar el mercado local, regional y nacional.
- Está en plena competencia.
- Utiliza mano de obra directa.
- El número de personal para la constitución es determinante y limitado
- En muchos casos son microempresas familiares.
- Su financiamiento e gran parte proviene de fuentes propias
- El propietario conoce el mercado y ama lo que hace
- El flujo de efectivo constituye el principal problema al iniciar sus actividades
- Proporciona a la economía beneficios catalíticos (producción nacional).
- Un buen porcentaje de pequeñas microempresas opera en la casa o domicilio de sus propietarios.
- Tiene sistemas administrativos menos jerárquicos y una fuerza laboral menos sindicalizada.
- En muchos casos son proveedores de medianas y grandes microempresas.

2.1.1.3.1. Ventajas de la pequeña microempresa

La pequeña microempresa tiene sus ventajas en comparación con las medianas y grandes microempresas, como se verá a continuación:

- Tiene a ser económicamente más innovadora que las compañías más grandes, es más apta para responder a las cambiantes exigencias del consumidor.
- Tiene la capacidad de realizar alianzas y sociedades, a diferencia de las grandes microempresas con intereses competitivos demarcados.
- La pequeña microempresa brinda satisfacción y autonomía de trabajo a aquellos emprendedores que no tienen la capacidad financiera o técnica para iniciar una mediana o gran microempresa.

2.1.1.3.2. Desventajas de la pequeña microempresa

Como es natural, paralelamente a las ventajas, la pequeña microempresa tiene también sus desventajas, como se detalla a continuación:

- En la primera etapa, los emprendedores de pequeñas microempresas suelen pasar por momentos de privaciones, como consecuencia de haber invertido sus ahorros, haber incurrido en préstamos y contraído obligaciones.
- Las pequeñas microempresas suelen cerrar sus puertas con más frecuencia que las grandes microempresas, debido principalmente a la falta de recursos económicos, capacidad técnica (para ofrecer productos de calidad) y/o de suficientes clientes como para mantenerlos en funcionamiento.

- Las pequeñas microempresas tienen menor poder de negociación con los proveedores que las medianas o grandes, debido a sus bajos volúmenes de compras.
- Las pequeñas microempresas tienen menor acceso al financiamiento o mayor dificultad para obtenerlo.

2.1.1.3.3. Situaciones que originan la creación de pequeñas microempresas

Existen diferentes situaciones que despiertan en muchos emprendedores el deseo y el compromiso de iniciar una pequeña microempresa, sin embargo, las principales son las siguientes:

- La identificación de una oportunidad en el mercado (por lo regular, un nicho de mercado) en el que el emprendedor determina o supone que puede obtener ganancias al ofrecer productos y/o servicios que las grandes microempresas no ofrecen.
- La realidad económica en la que las oportunidades laborales son escasas o los salarios muy bajos.
- El impulso de las sugerencias de familiares o amistades para que el emprendedor establezca un nuevo negocio o microempresa por cuenta propia.
- El hecho de poder trabajar en familia o de brindar trabajo a otros miembros de la familia.
- El deseo de ser dueño del propio destino, de crecer por cuenta propia y de generar riqueza.

2.2. Definición de Tatuaje

<http://es.wikipedia.org/wiki/Tatuaje> expresa que” Un tatuaje es una modificación del color de la piel en el que se crea un dibujo, una figura o un texto con tinta o con algún otro pigmento bajo la epidermis de una persona”.

Según la Real Academia de La Lengua, tatuaje significa: “Dibujo indeleble en la epidermis”.

He tomado estas dos definiciones de Tatuaje porque son las fáciles de interpretar y analizar porque si bien es cierto los tatuajes son dibujos, de cualquier índole, los cuales son realizados en diversas zonas del cuerpo humano. Y decimos cualquier tipo de dibujo, ya que no existe una regla sobre que tatuaje realizarse. Los tatuajes son absolutamente subjetivos.

Dependerán del gusto de la persona. No sólo su forma, sino que también su tamaño, colores a utilizar y la zona a tatuar. La mayoría de los tatuajes, son de color oscuro, ya que resaltan de mejor manera, en aquellas pieles un tanto oscuras y por sobre todo, en las más pálidas, de esta explicación, he podido hacer de una forma sencilla el concepto de tatuaje:

Un tatuaje es una modificación del color de la piel, creando un dibujo, figura o texto realizados con tinta o algún otro pigmento bajo la epidermis. Es como utilizar la piel como un gran lienzo.

2.3. Origen e historia.

Se ha convertido en todo un fenómeno y en una filosofía de vida. Gran número de jóvenes exhiben orgullosos los múltiples tatuajes que se han ido haciendo por todo su cuerpo, pero, la gran mayoría de ellos, ni tan siquiera saben el significado y origen de esas marcas que han tatuado en la piel a perpetuidad.

Para conocer el origen e historia de los primeros tatuajes hemos de viajar aproximadamente cinco mil años atrás, al Neolítico.

Los primeros indicios de un ser humano con tatuajes se encontraron en una momia de un glaciar de los Alpes austro-italianos. Dicha momia, bautizada como Ötzi, tenía la espalda y las rodillas tatuadas. Esto hace que los investigadores determinen que el tatuaje es casi tan antiguo como los humanos.

Muchas son las distintas civilizaciones que han utilizado el tatuar su piel como símbolo de distinción, estatus, condición o rango.

Uno de los pueblos más prolíficos a tatuarse era el polinesio y de hecho la palabra tatuaje proviene de 'tátau' del idioma samoano, que se habla en la Polinesia.

Las tribus de Polinesia tenían la costumbre de tatuar a sus miembros desde muy corta edad e iban tatuando las diferentes partes del cuerpo según iban transcurriendo los años, hasta llegar a la vejez y/o no dejar ni un solo centímetro del cuerpo sin ser tatuado.

Entre las muchas utilidades que le daban a los dibujos que decoraban sus cuerpos estaba la de asustar a los enemigos como forma de estrategia.

Desde Polinesia se extendió a gran parte del planeta la costumbre de tatuarse gracias a los marinos que llegaron por allí y que vieron asombrados esa forma de decorar sus cuerpos. Uno de los motivos por los que a través de los siglos ha proliferado y ha estado tan ligado el concepto de marino y el tatuaje.

Uno de esos marinos que contribuyó a la popularización del tatuaje fue el Capitán Cook. A su vuelta en 1771 de Tahiti, introdujo en la sociedad occidental el rito y costumbres de este arte.

Otros muchos pueblos y civilizaciones han tenido desde épocas remotas la costumbre de adornar sus cuerpos con pinturas tribales, en la mayoría de casos como ofrenda y adoración a sus Dioses o deidades.

En el Antiguo Egipto el tatuaje cobró un importante protagonismo sobre todo entre las mujeres.

A Japón no llegó la costumbre hasta el siglo X aC., en la que tomó gran importancia entre las clases altas y estas decoraban sus cuerpos con dibujos que eran pequeñas obras de arte.

En la actualidad se han alcanzado altas cotas de personas tatuadas., hasta el punto que muchos expertos aseguran que es algo adictivo.

2.4. Tipos de tatuajes

La historia que conocemos se remonta a la Edad de Piedra. En 1991 se encontró en un glaciar a un cazador de la era Neolítica; tenía la espalda y las rodillas tatuadas. Antes de que fuera descubierta la momia del cazador, la persona tatuada más antigua era la sacerdotisa egipcia Amunet adoradora de Hathor, diosa del amor y la fertilidad. Vivió en Tebas alrededor del 2000 a.C., sus tatuajes, de un estilo muy similar a los de la momia del cazador, son lineales y simples con diseños de puntos y rayas.

En la cueva prehistórica de Aurignac se hallaron pequeños huesos puntiagudos que se cree pudieron haber sido usados para tatuar.

Los antiguos pobladores de la Polinesia fueron los primeros en grabarse motivos en la piel. Los hombres se tatuaban hasta tal punto que no quedaba un trozo de piel desnuda en su cuerpo. Es la Polinesia el lugar que tiene la reputación del tatuaje más artístico en el mundo antiguo, caracterizado por figuras geométricas.

El estilo Moko Maorí de Nueva Zelanda, por ejemplo, era un tatuaje tribal que identificaba a cada individuo y su estatus dentro de un grupo. Hacía a la persona única e inconfundible. Cuanto más complicado era el diseño del tatuaje mayor era el ascenso en su rango social. Se tatuaban de la cabeza a los pies, comenzaban a los 8 años y era un proceso lento y doloroso; los tatuajes se embellecían y renovaban durante toda la vida.

En las Islas Marquesas "un cuerpo sin tatuar era un cuerpo estúpido". Tenía un profundo Significado Erótico Sexual. Las mujeres se tatuaban los dedos de las manos y las orejas con finísimos dibujos y sobre la vulva símbolos obscenos. Los hombres se tatuaban todo el cuerpo, la nariz, los párpados, la lengua y el cuero cabelludo. Pero también tenía un Significado Mágico Religioso porque para ellos la piel tatuada era una armadura de protección física y espiritual. Cuando uno de estos hombres moría, sus mujeres le quitaban la piel, pues al guardián del paraíso le desagradaban los tatuajes. Sin trazas de tatuaje, volvía al estado de pureza, podía ser enterrado en tierra sagrada y su espíritu podía elevarse al paraíso.

Los nazis, en sus campos de exterminio, tatuaban a los prisioneros con un doble significado: Identificación y Humillación, porque la ley judía prohibía las marcas en el cuerpo. Eran los propios deportados los que tatuaban a los prisioneros pero, sólo, a los "protegidos" los demás morían sin identificar.

Entre los diversos tipos de tatuajes, se encuentran los tatuajes afectivos. Así los griegos creían que el corazón era el lugar donde los hombres guardaban sus amores y pasiones; los presos imprimen sobre su pecho, el nombre de la mujer amada, como signo de amor eterno.

Se observa la superficie de la piel como lectura iconográfica mediante la cual se descubre lo biográfico, se pueden reconstruir fragmentos de la

vida del preso a través de sus tatuajes. Los mensajes que los presos reproducen en sus tatuajes conforman una verdadera gramática de la piel.

A lo largo de la historia figuras ilustres y respetables han tatuado su cuerpo: Jorge V, rey de Inglaterra; Nicolás II, zar de Rusia; el primer ministro británico, Winston Churchill o el ex-presidente norteamericano John Kennedy. Y también:

EDISON, Thomas Alva: Cinco puntos en su antebrazo izquierdo como haciendo un dado.

CONNERY, Sir Sean: "Escocia para siempre" (Un equivalente de "siempre tuya") y "Mamá y Papá" en el antebrazo (Una versión ampliada de nuestro clásico "Amor de Madre").

CHURCHILL, Winston: Ancla en el brazo.

PRÍNCIPE de GALES: Una cruz de Jerusalén.

Desde siempre el tatuaje ha estado íntimamente relacionado con el erotismo. Los antiguos tatuajes japoneses estaban llenos de geishas, y el célebre director de cine Peter Greenaway supo plasmar como ninguno el sentido erótico de la escritura sobre la piel, en su película "Escrito en el cuerpo".

Este factor, tampoco está ausente en el universo carcelario. Los tatuajes sexuales son utilizados para diferenciarse. En los heterosexuales, por ejemplo, las figuras son atrevidas y tienden a reafirmar la virilidad de quien lo lleva. En el caso de los homosexuales, el dibujo más habitual es el de dos mariposas juntas.

Para muchos reclusos, la piel es el terreno más apropiado para volcar sus fantasías amorosas. Según el análisis de los médicos, este tipo de

tatuajes se ubican siempre en las piernas o la pelvis y representan "la apetencia y necesidad del interno, de tener relaciones sexuales".

2.5. Proceso del Tatuaje

Esto es lo que se puede esperar de un procedimiento de tatuaje normal:

- 2.5.1.** El artista que realiza el tatuaje se lava las manos.
- 2.5.2.** Se limpia y desinfecta la zona de tu cuerpo sobre la que se realizará el tatuaje.
- 2.5.3.** El artista que realiza el tatuaje se colocará guantes nuevos y limpios (y, tal vez, un barbijo como los que se utilizan en las cirugías).
- 2.5.4.** El artista te explicará el procedimiento de esterilización y abrirá el equipo esterilizado que se utiliza una sola vez (como agujas y demás).
- 2.5.5.** El artista utilizará la máquina para tatuajes (con una aguja estéril, desechable) para comenzar a dibujar el contorno del tatuaje debajo de tu piel.
- 2.5.6.** Después limpiará el contorno con jabón antiséptico y agua.
- 2.5.7.** Se instalarán agujas estériles más gruesas en la máquina para tatuajes y el artista comenzará a definir el diseño. Después de limpiar nuevamente la zona, inyectará el color. Una nueva botella de tinta debe ser abierta para cada individuo.
- 2.5.8.** Si te sale sangre, la retirará con una toalla o un paño estéril desechable.
- 2.5.9.** Una vez que haya finalizado, la zona, que ahora luce un tatuaje terminado, será limpiada nuevamente y se colocará una venda.

2.6. Higiene previa a la realización de un tatuaje

El tatuaje es un arte que se ha popularizado en los últimos años, lo que ha provocado la aparición de tatuadores en cualquier sitio y lugar, nuestro consejo es que se debe huir de aficionados u oportunistas que lo único que buscan es una manera pasajera de ganar dinero.

El Tatuaje cumple rigurosamente todas las normas de prevención y esterilización requeridas por la normativa dictada por la Generalitat de Catalunya (DOGC 3318 DEL 01/02/2001). La cual indica la obligación de utilizar máquina de ultrasonidos para limpieza del instrumental y esterilización por autoclave. Además el tatuador posee la formación profesional requerida en materia higiénico-sanitaria exigida por dicha ley.

2.6.1. Normas Básicas de Higiene

Si el material no es desechable, no está esterilizado y los productos que entran en contacto con la piel y con la sangre no son los adecuados, se pueden producir irritaciones, infecciones e incluso el contagio de enfermedades como la hepatitis o el sida.

Las normas básicas de higiene que debe seguir el tatuador son:

2.6.1.1. Desinfectarse las manos antes de empezar la sesión.

2.6.1.2. Llevar guantes desechables.

2.6.1.3. Usar material desechable en material que entra en contacto con la piel o con la sangre.

2.6.1.4. Limpiar y desinfectar la piel, antes de empezar

2.6.2. Mantenimiento del Taller

Los instrumentos deben conservarse en lugares preferentemente secos, y si es posibles en recipientes cerrados evitando un posible colonización por fauna bacteriana.

Hay que evitar la oxidación de los metales mediante su limpieza con aceite, proteger con vaselina los instrumentos que vayan a pasar una larga temporada sin ser utilizados, limpiándolos con alcohol y esterilizándolos posteriormente.

Hay que evitar que los instrumentos toquen algún producto químico agresivo que pueda deteriorar su calidad.

Los siguientes utensilios deben ser desechables:

- 2.6.2.1.** Guantes
- 2.6.2.2.** Tapones para tintes y tintes
- 2.6.2.3.** Cuchillas
- 2.6.2.4.** Servilletas de papel
- 2.6.2.5.** Depresores
- 2.6.2.6.** Vaselina usada
- 2.6.2.7.** Cepillo para el tubo
- 2.6.2.8.** Agujas.

Las agujas deben romperse después de su utilización ya que son la fuente más importante de contaminación, llevándose después a un centro clínico para que sean destruidas.

Los utensilios que deben volverse a esterilizar tras su uso son:

- a.** Las varillas (donde se sueldan las agujas)
- b.** Los tubos (donde van las varillas)

Tanto las varillas como los tubos deben lavarse con agua y jabón usando siempre guantes, o poniéndolos en un ultrasonido. Más tarde hay que ponerlo en un recipiente con glutaraldeído durante unas seis horas las cuales esterilizaremos mediante un esterilizador o en una autoclave a 190°C durante 45 minutos.

En cuanto a las varillas, ya se pueden volver a soldar a las agujas nuevamente.

Una vez soldadas hay que colocarlas en un recipiente que contenga bicarbonato sódico y agua destilada durante unos quince segundos para que el flux quede neutralizado pues es tóxico. Más tarde limpiaremos las varillas y agujas con alcohol y las pondremos en el esterilizador.

2.7. Materiales y Herramientas que se utilizan

Lo que se debe utilizar para la realización de un tatuaje es:

- 2.7.1.** Guantes.
- 2.7.2.** Tapones para tintes y tintes.
- 2.7.3.** Cuchillas.
- 2.7.4.** Servilletas de papel.
- 2.7.5.** Depresores.
- 2.7.6.** Vaselina.
- 2.7.7.** Cepillo para el tubo.
- 2.7.8.** Agujas.
- 2.7.9.** Camilla.
- 2.7.10.** Diseño preliminar.
- 2.7.11.** Papel Transfer.
- 2.7.12.** Papel Plástico.
- 2.7.13.** Papel Aluminio.
- 2.7.14.** Cremas.
- 2.7.15.** Desinfectantes.
- 2.7.16.** Alcohol.
- 2.7.17.** Máquina de tatuar.
- 2.7.18.** Esterilizador.
- 2.7.19.** Ultrasonido

2.8. Cuidados del Tatuaje

El último paso en la realización de un tatuaje es muy importante: cuidar del tatuaje hasta que se cure totalmente. Se debe seguir todas las instrucciones que le den en el estudio para cuidar el tatuaje a fin de asegurarse de que se cure correctamente.

Además, hay que recordar que es muy importante llamar inmediatamente al médico si se ve o se experimenta síntomas de infección, como dolor, enrojecimiento excesivo, hinchazón o supuración de pus. Hay que asegurarse de que el tatuaje se cure correctamente haciendo esto:

- 2.8.1.** Mantener una venda sobre la zona durante al menos 24 horas.
- 2.8.2.** Evitar tocar la zona del tatuaje y no arrancar las costras que tal vez se formen.
- 2.8.3.** Lavar el tatuaje con un jabón bactericida (no utilizar alcohol ni peróxido porque secarán el tatuaje). Utilizar una toalla suave para secar el tatuaje; simplemente apoyar la toalla para secarlo, no frotar.
- 2.8.4.** Colocar un ungüento antibiótico en el tatuaje. No utilizar vaselina.
- 2.8.5.** Colocar un hielo en la zona tatuada si ve que se enrojece o se hincha.
- 2.8.6.** Intentar no mojar el tatuaje hasta que se cure completamente. Evitar las piscinas, jacuzzis o los baños calientes y prolongados.
- 2.8.7.** Mantener el tatuaje alejado del sol hasta que esté totalmente curado.
- 2.8.8.** Aun cuando esté totalmente curado, un tatuaje es más sensible a los rayos del sol; por lo tanto, es una buena idea mantenerlo siempre protegido de la luz solar directa. Si está al aire libre a menudo o si le gusta pasar el tiempo en la playa, se recomienda que siempre utilice una pantalla solar con un factor de protección solar mínimo de 30 en el tatuaje. Esto no sólo protegerá la piel, sino que también evitará que el tatuaje se decolore.

2.9. Riesgos al realizarse un tatuaje

Si se decide hacer un tatuaje, es muy probable que todo salga como lo planeó.

Pero si no se respetan los pasos de desinfección y esterilización, debe saber que hay cosas que pueden salir mal. Si no va a un estudio para tatuajes o si el estudio para tatuajes no toma recaudos como utilizar equipo esterilizado, o si comparte la tinta entre clientes, estás en riesgo de contraer infecciones virales, como hepatitis, infecciones cutáneas bacterianas o dermatitis (irritación severa de la piel).

Además, algunas personas presentan reacciones alérgicas a la tinta de los tatuajes. Y si ya sufres de una afección cutánea, como eccema, puede tener erupciones como resultado del tatuaje.

Puede haber complicaciones graves si intenta realizarse el tatuaje usted mismo, si se lo hace un amigo o si lo realiza en un ambiente que no está limpio.

Para hacer tatuajes debe colocarse inyecciones debajo de la piel, se puede contraer virus como el VIH, y la hepatitis B y C si no se toman las precauciones adecuadas. Por este motivo, la Cruz Roja y otros bancos de sangre solicitan que la gente que se realiza tatuajes espere 12 meses antes de donar sangre.

2.10. Eliminación de tatuajes

Mucha gente ama sus tatuajes y los conserva para siempre. Pero otros deciden, después de unos años, que realmente ya no desean tener una rosa en el tobillo o una víbora en el bíceps. O tal vez rompen con un novio o novia y ya no desean tener sus iniciales en el estómago.

En el pasado, para eliminar un tatuaje era necesario realizar una cirugía. Pero, en la actualidad, se pueden eliminar por medio de un procedimiento médico con un láser. Algunos talleres para tatuajes también ofrecen eliminar tatuajes.

Pues bien, se llama "eliminación" del tatuaje. Pero los dermatólogos siempre señalan que eliminar completamente un tatuaje puede ser complicado dependiendo de factores como cuán viejo es el tatuaje, qué tan grande es, y los tipos y colores de tinta utilizados.

Nunca se puede garantizar la eliminación completa del tatuaje. Conviene consultar a un dermatólogo especializado en eliminar tatuajes para que responda a todas tus preguntas; por ejemplo, si se utiliza anestesia. El

dermatólogo también puede dar una idea de qué proporción del tatuaje se puede eliminar.

La eliminación de tatuajes con láser suele requerir una serie de visitas, y cada procedimiento lleva unos pocos minutos. No siempre se utiliza anestesia. Lo que ocurre es que el láser envía breves pulsos de luz a través de las capas superiores de la piel, con la energía del láser dirigida a pigmentos específicos del tatuaje. Estos pigmentos después son eliminados por el sistema inmune.

Eliminar un tatuaje con láser puede resultar incómodo y la sensación puede ser muy similar a la de hacerse un tatuaje. El proceso completo puede llevar varios meses.

Al igual que cuando se hace un tatuaje, debe cuidar la zona afectada después de eliminar un tatuaje. Debe mantener la zona limpia, pero no la debe frotar.

Además, puede enrojecerse durante unos cuantos días y se puede formar una costra. No frote ni raspe la zona, ni se quite la costra. Deje que se cure sola.

La eliminación de tatuajes con láser suele ser efectiva, pero pueden presentarse algunos inconvenientes. Los efectos secundarios pueden incluir hiper pigmentación, que hace que la zona donde tenía el tatuaje se vuelva más oscura que el resto de la piel, o hipo pigmentación, que hace que la zona donde tenía el tatuaje se vuelva más clara que el resto de la piel. La zona también se puede infectar o tener cicatrices.

Pero lo más importante es que la eliminación de un tatuaje puede ser bastante cara. Dependiendo de factores como el tamaño y el diseño del tatuaje, la eliminación puede costarle bastante más que el tatuaje.

2.11. Estudio de Factibilidad

Es un análisis comprensivo que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión y si se procede su estudio desarrollo o implementación.

2.11.1. Componentes del Estudio de Factibilidad

Los componentes del estudio de factibilidad profundizan la investigación por medio de tres análisis, los cuales son la base en la cual se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.

2.11.1.1. Estudio de mercado.

Tiene por finalidad determinar si existe o no una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción.

Tiene por objeto analizar los principales componentes del mercado, así como sus características, mismas que servirán de base para realizar proyecciones de oferta y demanda, análisis de precios, determinación de la competencia y definición de nuestro mercado objetivo.

KOTLER, Philip. (2008) Pág. 127; manifiesta: “El estudio de mercado es la información que se usa para identificar y definir oportunidades y problemas de mercado, para generar, afinar y evaluar actos de mercadotecnia, para vigilar la actuación de esta función y para perfeccionar la comprensión del proceso mercadotécnico”.

El estudio de mercado es aquel análisis de la información recolectada a través de la encuesta, entrevista, entre otras, esta información tiene que ver con, gustos y preferencias de los consumidores, precios de la competencia, demanda, oferta, etc. En donde el estudio de mercado ayuda a establecer las estrategias adecuadas para enfrentar a la competencia.

KOTLER, Philip. (2008) Pág. 9; afirma: “El mercado es el conjunto de compradores actuales y potenciales de un producto o servicio”.

El mercado es entonces la evolución de un conjunto de movimientos de oferentes y demandantes que tienden al alza y a la baja que se dan en torno a los intercambios de mercancías específicas o servicios.

➤ **Demanda.**

PARKIN, Michael. (2009) Pág. 61; afirma: “La demanda es la cantidad demandada de un bien o servicio que los consumidores planean comprar durante un periodo de tiempo dado a un precio específico”.

La demanda es vista como la cantidad de productos y/o servicios que un mercado está dispuesto a consumir y a pagar por ello a fin de cubrir sus principales necesidades.

➤ **Oferta.**

BACA, Gabriel. (2010) Pág. 41; menciona: “La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.

El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer los bienes o servicios similares a la del proyecto que se desea implementar. La oferta puede ser analizada desde el punto de vista histórico, actual, futuro; al igual que la demanda se puede utilizar los mismos métodos de proyección.

➤ **Demanda Potencial Insatisfecha.**

BACA, Gabriel. (2010) Pág. 43; menciona: “La demanda potencial insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”.

La demanda potencial insatisfecha constituye aquella cantidad de bienes o servicios que la oferta no alcanza a satisfacer, es decir ningún productor

puede satisfacer esta demanda si las condiciones de mercado se mantienen, existen demandantes insatisfechos lo cual constituye una oportunidad para emprender un negocio destinado a cubrir parte de estas necesidades.

➤ **Producto.**

KOTLER, Philip. (2008) Pág. 199; expresa: “El producto es cualquier cosa que pueda ofrecer un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o necesidad”.

El producto es cualquier bien y/o servicio que puede ofrecerse al mercado para su posterior adquisición, uso y/o consumo, para satisfacer un deseo o una necesidad; incluye objetos físicos, servicios, personas, lugares, e ideas que de por sí tendrán cierto valor monetario.

➤ **Precio.**

KOTLER, Philip. (2008) Pág. 355; expresa: “El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio o la suma de los valores que intercambian los consumidores por los beneficios de poseer o utilizar el producto o servicio”.

El precio es el valor expresado en dinero, ya sea de un bien y/o servicio ofertado en un mercado de consumo. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la rentabilidad del proyecto, ya que es el que define en última instancia el nivel de ingresos proyectados y reales.

➤ **Promoción.**

ZIKMUND, W., BABIN, B. (2008) Pág. 17; asevera: “La promoción es la función de comunicación de la microempresa responsable de dar a conocer el producto y persuadir a los consumidores”.

La promoción es aquella estrategia que se lleva a cabo con el fin de dar a conocer el producto y/o servicio en un segmento del mercado en el cual pretende posesionarse la microempresa.

➤ **Comercialización.**

BACA, Gabriel. (2010) Pág. 48; menciona: “La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.

La comercialización es el conjunto de procesos que se requieren para hacer llegar los bienes o servicios que desde el productor, hacia el consumidor.

➤ **Competencia.**

BENJAMIN, Enrique. FINCOWSKY, Franklin. (2009) Pág. 37; menciona: “La competencia constituye un grupo de organizaciones que interactúan en el medio con la organización materia de estudio; por su estructura u objeto tienen funciones y propósitos similares, por lo que sus experiencias constituyen un factor decisivo para lograr resultados”.

La competencia requiere que la microempresa innove sus procesos y procedimientos para continuar en el mercado brindando productos y servicios de calidad.

2.11.1.2. Estudio Técnico.

Tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área.

➤ **Tamaño Óptimo del Proyecto.**

BACA, Gabriel. (2010) Pág. 75; menciona: “El tamaño óptimo del proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año, se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica”.

El tamaño óptimo del proyecto permite establecer la capacidad instalada que debe tener un proyecto para generar cierta cantidad de unidades terminadas en un periodo determinado, siempre y cuando estos procesos impliquen la minimización de costes y la maximización de la rentabilidad.

➤ **Localización Óptima del Proyecto.**

BACA, Gabriel. (2010) Pág. 86; menciona: “La localización óptima del proyecto es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social)”.

La óptima localización del proyecto radica en identificar y analizar las variables que incidirán en los resultados del proyecto.

➤ **Macro-localización del Proyecto.**

Según la web <http://www.slideshare.net/danizambra/mtodos-de-localizacion-de-proyectos-deza-2-presentation-811160> 2008: “La macro-localización del proyecto consiste en decidir la zona general en donde se instalara el proyecto (microempresa o negocio)”.

La macro-localización del proyecto consiste en determinar el lugar donde se instalará la microempresa o negocio, tomando en cuenta principalmente el aspecto geográfico, topográfico y climático de la región en donde se pretende ejecutar el proyecto.

➤ **Micro-localización del proyecto.**

BACA, Gabriel. (2006) Pág. 108; menciona: “La micro-localización del proyecto es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta de producción, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario”.

La micro-localización del proyecto es básicamente la definición del punto dentro de la macro zona, en donde se ubicará la microempresa o negocio.

➤ **Ingeniería del Proyecto.**

BACA, Gabriel. (2006) Pág. 10; menciona: “La Ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva”.

La ingeniería del proyecto es el estudio que permite identificar los procesos que se deben seguir para transformar la materia prima en productos terminados, también se define la tecnología que se empleará.

➤ **Distribución de Planta.**

BACA, Gabriel. (2010) Pág. 94; menciona: “La distribución de planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores”.

La distribución de planta consiste en determinar el espacio de trabajo de las diferentes unidades operativas del proyecto, definiendo principalmente el espacio físico y las condiciones de seguridad de cada área.

➤ **Determinación del Espacio Físico.**

BENJAMIN, Enrique. FINCOWSKY, Franklin. (2009) Pág. 196; menciona: “El espacio físico es la disposición física de los puestos de trabajo, de sus componentes materiales y a la ubicación de las instalaciones para la atención y servicios al personal y a los clientes”.

La determinación del espacio físico comprende la definición gradual y técnica de áreas y puestos de trabajo en la planta, estas deben ser acordes a la persona y a las actividades que va a realizar.

2.11.1.3. Aspectos Estratégicos y/o Administrativos.

Su finalidad es gestionar los procesos de formación administrativa y estructural así como la fijación de directrices estratégicas que guíen el cumplimiento de objetivos y metas, en donde la cohesión del trabajo en equipo responda a la capacidad de crecimiento que la pequeña microempresa espera obtener.

➤ Planificación Estratégica.

HELLRIEGEL, Jackson S. (2009) Pág. 215; afirma: “La planificación estratégica es el proceso que se utiliza para 1) diagnosticar los entornos interno y externo de la organización, 2) decidir cuál será su visión y misión, 3) planear sus metas globales, 4) crear y seleccionar las estrategias generales que aplicara y 5) asignar los recursos necesarios para alcanzar sus metas.

La planificación estratégica es un proceso de planeación que involucra a todos los niveles y recursos de la microempresa, los cuales se alinean con una serie de objetivos y metas estratégicas preestablecidas, los cuales deben ser cumplidos en concordancia a los requerimientos que la organización pretende alcanzar, en donde el talento humano es la base principal para hacer que este proceso sea exitoso.

➤ Visión.

FRIEND, Graham. (2008) Pág. 4; afirma: “La visión es en donde se redacta lo que la microempresa intenta alcanzar en el futuro utilizando todos sus recursos mediante un trabajo eficaz”.

La visión es considerada como el horizonte al cual desea llegar la organización, es decir, como se visualiza la microempresa en cierto tiempo. La Visión se transforma en la directriz estratégica que orienta la acción de la empresa y contribuye a genera ventajas competitivas, en donde la base para concebirlas es el talento humano.

➤ **Misión.**

PORTER, Michael (2009) Pág. 198; menciona: “La misión es la que articula el propósito fundamental de la organización y a menudo incluye varios componentes”.

La misión constituye la razón de ser del negocio, el porqué de la organización, se compone básicamente de tres elementos: la definición de negocio, metas principales de la organización y sus principios filosóficos. Es decir que con una misión bien definida la microempresa utiliza los recursos más eficazmente, siendo esta una guía de cómo hacer las cosas para ser una organización exitosa.

➤ **Organización.**

HELLRIEGEL, Jackson S. (2009) Pág. 6; afirma: “La organización es un grupo formal y coordinado de personas, el cual opera para alcanzar metas, específicas”.

En torno a dicha apreciación, puedo definir a la organización como una unidad funcional que posee estructura y lucha por llegar alcanzar metas, considerando que si las personas actuaran solas serían inalcanzables.

➤ **Administración.**

HELLRIEGEL, Jackson S. (2009) Pág. 8; afirma: “La administración significa tomar las decisiones que guíen a la organización por las etapas de planeación, organización, dirección y control”.

La administración comprende el planear, organizar, dirigir y controlar la asignación del talento humano, recursos materiales, financieros y de información con el objeto de poder alcanzar las metas de la organización.

➤ **Estructura Organizacional.**

HELLRIEGEL, Jackson S. (2009) Pág. 358; afirma: “La Estructura organizacional es el proceso de elegir una estructura de tareas, responsabilidades y relaciones de autoridad dentro de las organizaciones”.

La estructura organizacional constituye el marco de desarrollo de una organización y/o microempresa, en donde cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible permitiendo la contribución de cada individuo al logro de los objetivos de la microempresa. El propósito de la estructura consiste en facilitar el uso de cada recurso, tanto individual como colectivamente; a medida que el sistema administrativo trate de lograr sus objetivos.

2.11.1.4. Estudio Financiero

MEZA, Jhonny (2010) en su obra Evaluación Financiera de Proyectos, manifiesta que: “El estudio financiero corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto y recoge y cuantifica toda la información proveniente de las etapas anteriores; siendo secuenciales, lo que indica que se deben realizar en orden”. (pág. 29).

SAPAG, Nassier; SAPAG, Reinaldo (2008), en la obra Preparación y Evaluación de Proyectos, menciona que: “El estudio financiero es la última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto, los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad” (pág. 29).

El estudio financiero es el análisis del proyecto en términos monetarios, que permite medir la rentabilidad de la inversión, es decir la investigación realizada en las etapas anteriores se refleja en dinero, por lo tanto si los ingresos son favorables es pertinente invertir.

➤ Presupuesto Técnico.

MIRANDA, Juan. (2006) Pág. 86; menciona: “El Presupuesto técnico es una herramienta de gran ayuda para programar los recursos necesarios para iniciar una actividad económica, por medio del cual se puede

determinar inversiones necesarias en: equipos, materias primas e insumos gastos pre operacionales etc.”.

El presupuesto es el plan consolidado que integra los principales recursos requeridos para la iniciación de una actividad económica, en el cual además se describe de forma específica todos y cada uno de los requerimientos para cada programa del proyecto a iniciarse.

➤ **Inversiones Fijas.**

CÓRDOBA, Marcial. (2006) Pág. 319; menciona: “La inversión fija constituye el valor de aquellos activos fijos tangibles los cuales están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc.”.

La inversión fija constituye el valor monetario que representa la adquisición de activos fijos tangibles en forma general.

➤ **Inversiones Diferidas.**

CÓRDOBA, Marcial. (2006) Pág. 319; menciona: “La Inversión diferida constituye el valor de aquellos activos intangibles referidos al conjunto de bienes propiedad de la microempresa, necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de inversión, licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, gastos pre-operativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa, etc.”.

La inversión diferida constituye el valor de activos intangibles, su uso se encuentra dentro del marco legal ya que muchos de estos activos tendrán derechos reservados únicamente de uso para el giro del negocio.

➤ **Aspectos Económicos Financieros.**

Tiene por objeto definir los principales criterios económicos financieros que se manejan dentro de la actividad productiva que genera la pequeña microempresa en su posterior ejecución.

➤ **Capital.**

LARA F, Elías. & LARA R, Leticia. (2009) Pág. 24; mencionan: “Es uno de los factores de la producción y está representado por el conjunto de bienes necesarios para producir riqueza”.

El capital representa la maquinaria, los equipos y herramientas que dispone la microempresa para hacer su trabajo productivo y económicamente rentable.

➤ **Capital Financiero.**

LARA F, Elías. & LARA R, Leticia. (2009) Pág. 24; mencionan: “Es el dinero que se invierte para que produzca una renta o un interés”.

El capital financiero constituye el dinero invertido en las actividades productivas que propone la microempresa, de donde se esperan retornos económicos a corto, mediano y largo plazo.

➤ **Capital Contable.**

LARA, F. Elías. & LARA, R. Leticia. (2009) Pág. 24; mencionan: “Es la diferencia aritmética entre el valor de todos los bienes y derechos de la entidad y el total de sus deudas y obligaciones”.

El capital contable representa la diferencia que existe entre los activos, llámese efectivo, mobiliario, mercancías, terrenos entre otros, y los pasivos llámese documentos por pagar, cuentas por pagar, intereses por pagar.

➤ **Activo.**

LARA F, Elías. & LARA R, Leticia. (2009) Pág. 24; “El activo es un recurso controlado por una entidad, identificado, cuantificado en términos monetarios, del que se esperan fundamentalmente beneficios económicos futuros, derivados de operaciones ocurridas en el pasado, que han afectado económicamente a dicha entidad”.

El activo está representado por todos los bienes y derechos que son propiedad de la microempresa o entidad.

➤ **Pasivo.**

LARA F, Elías. & LARA R, Leticia. (2009) Pág. 25; mencionan: “El pasivo es una obligación presente de la entidad, virtualmente ineludible, identificada, cuantificada en términos monetarios y que representa una disminución futura de beneficios económicos, derivada de operaciones ocurridas en el pasado, que han afectado económicamente a dicha entidad”.

El pasivo representa todas las deudas y obligaciones que tiene bajo su cargo la entidad al ejecutar sus actividades productivas.

➤ **Ingresos.**

LARA F, Elías. & LARA R, Leticia. (2009) Pág. 67; mencionan: “Son las utilidades que generan los bienes o servicios prestados por la entidad”.

Los ingresos constituyen aquellos rubros generados por concepto de venta o comercialización de productos y/o servicios en un mercado.

➤ **Egresos.**

LARA F, Elías. & LARA R, Leticia. (2009) Pág. 68; mencionan: “Son los gastos que originan los bienes o servicios consumidos por la entidad”.

Egresos son aquellos rubros que ocasionan disminución en las utilidades, considerando que son gastos generados por la generación o producción de productos, servicios para ser colocados en el mercado.

➤ **Estados Financieros.**

TORRES S, Gabriel. (2011) Pág. 35; afirma: “Los estados financieros son el producto de salida del sistema contable, el cual tiene como datos de entrada a los hechos económicos (transacciones comerciales), los que luego de un proceso de registro y medición se convierten en informes de salida”.

Los estados financieros permiten examinar la situación económica de la microempresa y tomar decisiones adecuadas a fin de que la microempresa logre los propósitos establecidos a un plazo determinado. Estos informes son de suma importancia y de allí que los datos deben ser reales caso contrario su análisis no tendría sentido.

➤ **Balance General.**

SARMIENTO, Rubén. (2008) Pág. 248; Afirma: “El balance general es el que demuestra la situación económica financiera de una microempresa al inicio o al final de un ejercicio económico, según el caso”.

Constituye un resumen de la situación de la microempresa en un momento dado, en él se detallan los nombres de las cuentas y los valores correspondientes a cada una de ellas, en él se ve reflejada la situación financiera de la microempresa en cierto período económico.

➤ **Estado de Resultados.**

ZAPATA, Pedro. (2008) Pág. 306; menciona: “El estado de resultados es un informe contable básico que presenta de manera clasificada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el fin de medir los resultados económicos, es decir, utilidad o pérdida de una microempresa durante un período determinado, producto de la gestión acertada o desacertada de la dirección, o sea, del manejo adecuado o no de los recursos por parte de la gerencia”.

El estado de resultados es una estructura financiera en donde se resume ingresos, egresos así como también se determina la utilidad o pérdida en un período económico dado. El estado de resultados muestra en forma clara y concisa las utilidades o pérdidas generadas en el ejercicio económico de la microempresa.

➤ **Estado de Flujo de Efectivo.**

ZAPATA, Pedro. (2008) Pág. 423; menciona: “El estado de flujo de efectivo es el informe principal que presenta de manera significativa,

resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entradas y salidas de recursos monetarios efectuados durante un período, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero así como evaluar la capacidad financiera de la microempresa, en función de su liquidez presente y futura”.

El flujo de efectivo es el informe cuya finalidad es mostrar los flujos de efectivo de operación, inversión y financiamiento, identificando las entradas de efectivo así como la utilización del mismo.

➤ **Capital de Trabajo.**

BACA, Gabriel. (2010) Pág. 145; menciona: “El capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante”.

El capital de trabajo permite identificar los requerimientos para que la microempresa pueda operar con normalidad.

➤ **Indicadores De Evaluación Financiera.**

Tienen como objeto identificar el impacto de las inversiones monetarias en actividades productivas, para lo cual se realizaran diversos análisis de tipo financiero.

➤ **Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).**

BACA, Gabriel. (2007) Pág. 87; afirma: “La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento es igual a la tasa de inflación más el premio al riesgo”.

La tasa mínima aceptable de rendimiento es aquella tasa que determina el verdadero valor del dinero considerando la inflación, así como también el premio al riesgo, que significa que debe existir un premio o ganancia por arriesgar el dinero en una inversión microempresarial.

➤ **Valor Presente Neto.**

BACA, Gabriel. (2010) Pág. 182; menciona: “El valor presente neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero”.

El valor presente neto permite traer a valor presente los flujos de caja futuros que va a generar el proyecto, descontados a un cierto tipo de interés, y compara con el importe inicial de la inversión.

Matemáticamente se expresa:

$$VAN = -P + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} + \dots + \frac{(FNE+VS)}{(1+r)^n}$$

➤ **Tasa Interna de Retorno.**

GITMAN, Laurence J. (2007) Pág. 359; afirma: “La tasa Interna de retorno es una técnica compleja del presupuesto de capital; la tasa de descuento que iguala el VPN de una oportunidad de inversión a cero dólares (debido a que el valor presente de las entradas de efectivo es igual a la inversión inicial; es la tasa de rendimiento anual compuesta que la microempresa ganará si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas”.

La tasa interna de retorno es el rendimiento anual generado por la decisión de invertir en un proyecto, en donde las entradas de efectivo generadas período a período deberán ser iguales a la inversión inicial todo ello tomando en cuenta que existirá cierto margen de variación.

A continuación se muestra su expresión matemática:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti)(VAN Ti) / (VAN Ti - VAN Ts)$$

➤ **Punto de Equilibrio.**

BACA, Gabriel. (2010) Pág. 148; menciona: “El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”.

El punto de equilibrio es el punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas en el caso del punto de equilibrio en dólares, el costo total como el precio de venta unitario y costo variable unitario para el punto de equilibrio en unidades.

A continuación se muestra su expresión matemática:

$$PE\$ = (\text{Costo Fijo Total}) / (1 - (\text{Costo Variable}) / \text{Ventas})$$

$$PEu = (\text{Costo Total}) / (PVu - CVu)$$

➤ **Relación Costo Beneficio.**

Según la web <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html> 2010: “La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada unidad monetaria que se sacrifica en el proyecto”.

A continuación se muestra su expresión matemática:

$$\text{Relación C/B} = (\sum (\text{VAN de los beneficios})) / (\sum (\text{VAN de los costos}))$$

La relación costo beneficio constituye el beneficio resultante de la ejecución de operaciones el cual se ve reflejado al considerar los flujos netos frente a la inversión inicial generada en el proyecto.

➤ **Período de Recuperación de la Inversión.**

GITMAN, Laurence J. (2007) Pág. 354; menciona: “El periodo de recuperación de la inversión es el tiempo requerido para que una microempresa recupere su inversión inicial en un proyecto, calculado a partir de las entradas de efectivo”.

El periodo de recuperación de la inversión viene siendo el tiempo que le toma al proyecto en ejecución recuperar el valor de origen de la inversión, es decir, es un indicador que permite medir dicho periodo pero que no toma en consideración el valor del dinero en el tiempo por lo que el resultado generalmente no es preciso.

2.11.1.4.1. Impactos.

JACOME, Walter. (2005) Pág.171; Afirma: “Los impactos son posibles consecuencias que puedan presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto”.

Los impactos buscan determinar lo que ha futuro puede suceder con la ejecución del proyecto, la medición y evaluación de los efectos expresados en hechos reales se determinarán cuando el proyecto esté en funcionamiento o al cabo de un determinado de tiempo.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. PRESENTACIÓN

Por distintos motivos, el hombre siempre ha manifestado la necesidad de cambiar su cuerpo, la piel humana es muy receptiva a cualquier cambio que queramos introducir en ella, el tatuaje es la modificación superficial más sencilla y a la vez más elaborada, que el hombre ha utilizado a lo largo de la historia, consiste en realizar punciones en la piel con suficiente profundidad como para que en ellas se pueda alojar un pigmento, para ello se puede utilizar cualquier instrumento punzante: huesos de aves, espinas de pescado, conchas de tortuga afiladas en sierra, dientes de tiburón, una caña de bambú, una aguja de cactus, un alfiler, una hoja de afeitar o un trozo de cristal, en fin, cualquier cosa que perfora la piel, en las urbes modernas se utilizan sofisticados instrumentos eléctricos.

La palabra tatuar procede del inglés tattoo, voz tomada de los indígenas de la isla de Tahití en la Polinesia. Es una costumbre muy extendida entre muchos pueblos de Asia, Oceanía y América, entre los marineros, delincuentes, marginales, y hoy cada vez más frecuente en la población de los países civilizados.

El tatuaje empezó a hacerse más común en ambientes llamados “alternativos”, hasta que hoy se ha convertido en moda, elegida básicamente por adolescentes y jóvenes, usuarios de nuevas propuestas culturales.

En ésta investigación se quiere establecer la existencia de un mercado que permita la implementación y desarrollo de un estudio de tatuaje en la ciudad de Ibarra, para lo cual investigaremos, gustos y preferencias de potenciales consumidores.

3.2. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO DEL MERCADO

3.2.1. Objetivos del Estudio de Mercado

3.2.1.1. Objetivo general

Realizar un estudio de mercado que permita determinar la oferta, la demanda, precio y canales de comercialización del mercado de tatuajes en la ciudad de Ibarra.

3.2.1.2. Objetivos específicos

- Establecer la oferta actual y proyectada de tatuajes en la ciudad de Ibarra.
- Determinar la demanda actual y proyectada de tatuajes en la ciudad de Ibarra.
- Fijar el precio de los tatuajes y su aceptación en el mercado local.
- Formular estrategias de comercialización para el mercado de tatuajes en la ciudad de Ibarra.

3.2.2. Variables

- Oferta
- Demanda
- Precio
- Comercialización

3.2.2.1. Indicadores

- Oferta
- Demanda
- Precio
- Producción
- Comercialización

3.2.3. Matriz de Relación de Objetivos, Variables e Indicadores.

CUADRO 10

Objetivo	Variables	Indicadores	Fuente de información	Técnicas
Establecer la oferta actual y proyectada de tatuajes en la ciudad de Ibarra.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Producto • Precio • Canal Comercialización • Promoción • Oferentes 	Primaria	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Observación directa
Determinar la demanda actual y proyectada de tatuajes en la ciudad de Ibarra.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Producto • Precio • Canal de Comercialización • Demandantes 	Primaria y secundaria	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Entrevista • Investigación documentada
Fijar el precio de los tatuajes y su aceptación en el mercado local.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Precio de mercado • Costos • Margen de utilidad 	Primaria y secundaria	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Observación directa
Formular estrategias de comercialización para el mercado de tatuajes en la ciudad de Ibarra.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Canales de comercialización. 	Primaria y secundaria	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Encuesta • Observación directa

Fuente: formulación de variables e indicadores

Elaborado por: La Autora

3.3. Segmentación de Mercado y Mercado Meta

Segmentar el mercado nos permite identificar de mejor forma el mercado objetivo y optimizar los recursos de la organización en la consecución de los objetivos propuestos.

3.3.1. Segmentación de Mercado

CUADRO 11

VARIABLES	DIVISIONES TÍPICAS
Aspecto Geográfico	
Región	Sierra
Provincia	Imbabura
Ciudad	Ibarra
Tamaño de la ciudad	Mediana
Sector	Urbano
Aspecto Demográfico	
Sexo	Hombres y Mujeres
Edad	de 18 a 35 años
Aspecto Socio – Económico	
Clase Social	Media, Media Alta.
Ocupación	Estudiantes, Empleados públicos y privados, Trabajo por cuenta propia.
Educación	Media y Superior

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

3.3.2. Mercado Meta

A manera de síntesis se puede señalar que los tatuajes se encuentran dirigidos a un segmento de mercado conformado por personas que gustan de ellos, residentes en la ciudad de Ibarra en el sector urbano, de género masculino o femenino, en edad comprendida entre los 18 y 35 años de edad, mismos que pueden ser estudiantes, empleados públicos o privados, personas que trabajan por cuenta propia, con un nivel de formación medio o superior, de clase media y media alta.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población a Investigar

A efectos de establecer la oferta y demanda del mercado de tatuajes, se investigará dos poblaciones distintas, la primera correspondiente a los oferentes de tatuajes, que en el presente caso corresponde a 5 estudios de tatuajes ubicados en la ciudad de Ibarra, debido a lo pequeño de su población se ha realizado un censo. La segunda población motivo de estudio se encuentra conformada por jóvenes de 18 a 35 años de edad

del área urbana. De conformidad con los datos del INEC (Instituto Nacional De Estadísticas y Censos) del censo poblacional realizado del 2010, Ibarra cuenta con una población de 181.175 habitantes, de los cuales 32.276 corresponden a personas del área urbana en edades comprendidas entre los 18 y 35 años de edad; debido a la magnitud de la población se investigará a una muestra representativa de la población.

3.4.2. Cálculo de la Muestra

A efectos de determinar el tamaño de la muestra, se ha aplicado la formula estadística correspondiente:

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la Población

Z= Nivel de la confianza

E= Margen de error

δ = Varianza

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizara el 5% de error.

N= 32.276

Z=1.96

E= 5%

δ = 0.25

$$n = \frac{N \times Z^2 \times \delta}{E^2(N-1) + Z^2 \times \delta}$$

$$n = \frac{32.276 \times 1.96^2 \times 0.25}{(0.05^2)(32.276 - 1) + (1.96^2)(0.25)}$$

$$n = \frac{30.998}{82}$$

$$n = 380$$

De investigaciones anteriores, se conoce que el 60% del consumo de tatuajes corresponde al género masculino y el restante 40% al género femenino, por lo que la aplicación de encuestas se ha distribuido de manera proporcional de conformidad con el porcentaje anotado.

3.5. RESULTADOS DE ENTREVISTA A PROPIETARIOS DE ESTUDIO DE TATUAJES. (Anexo 1)

Ibarra cuenta con 5 estudios de tatuaje que ofrecen sus servicios de una manera formal, estos se encuentran localizados en el centro de la ciudad, a fin de obtener información que permita conocer de mejor manera las condiciones de estos, se realizó una entrevista a sus propietarios, misma que se sintetiza en lo siguiente:

a. Años de funcionamiento del estudio

El 60% de los estudios de tatuaje, es decir tres de los cinco existentes, tienen cinco o más años de funcionamiento, los restantes tienen tres y cuatro años respectivamente; por lo que podría afirmarse que en los últimos años no se ha incrementado la oferta de servicios de tatuaje, al menos formalmente.

b. Tipo de servicio que ofrecen

El 100% de los estudios de tatuaje brindan el servicio de tatuaje, piercing y venta de artículos relacionados con el mundo del tatuaje. El 40% es decir dos de ellos brindan adicionalmente servicios adicionales de comercialización de prendas de vestir y accesorios entre otros, que tienen mayor presencia en sus locales, por lo que el tatuaje es un elemento complementario.

c. Años de experiencia como tatuador

El 60% de los estudios de tatuaje cuentan con tatuadores de experiencia mayor a los cinco años, mientras los restantes tienen una experiencia de tres y cuatro años respectivamente.

d. Materiales Utilizados

El 80% de estudios de tatuaje utiliza productos adquiridos en la localidad, uno de ellos adquiere productos a nivel nacional, concretamente en la ciudad de Quito.

e. Tiempo de vida de los equipos de tatuaje

El 40% de estudios de tatuaje posee equipos de hace más de cinco años, el 30% restante cuenta con equipos de hace más de cuatro años, conviene señalar que existen accesorios que tienen uno o dos años de adquiridos y que les permite brindar un mejor servicio.

f. Promedio de tatuajes pequeños realizados mensualmente, tiempo dedicado y su precio

El 60% de los entrevistados indica cumplir con más de 30 tatuajes pequeños en el mes, mientras el 40% indica hacer más de 20 mensuales, el tiempo promedio que se demora es de una hora, y su precio promedio es de \$10 dólares.

g. Promedio de tatuajes medianos realizados mensualmente, tiempo dedicado y su precio

En este caso también el 60% de los entrevistados señala realizar más de 30 tatuajes medianos en el mes, en tanto que el 40% indica hacer más de 20 mensuales, el tiempo promedio que se demora es de cinco horas, y su precio promedio es de \$30 dólares.

h. Promedio de tatuajes grandes realizados mensualmente, tiempo y su precio

En cuanto a este tipo de tatuajes el 60% indica hacer en promedio dos tatuajes, en tanto que el 40% restante indica hacer tres mensualmente, el precio se encuentra en \$50 dólares, el tiempo se encuentra alrededor de diez horas.

3.6. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A POSIBLES CONSUMIDORES.

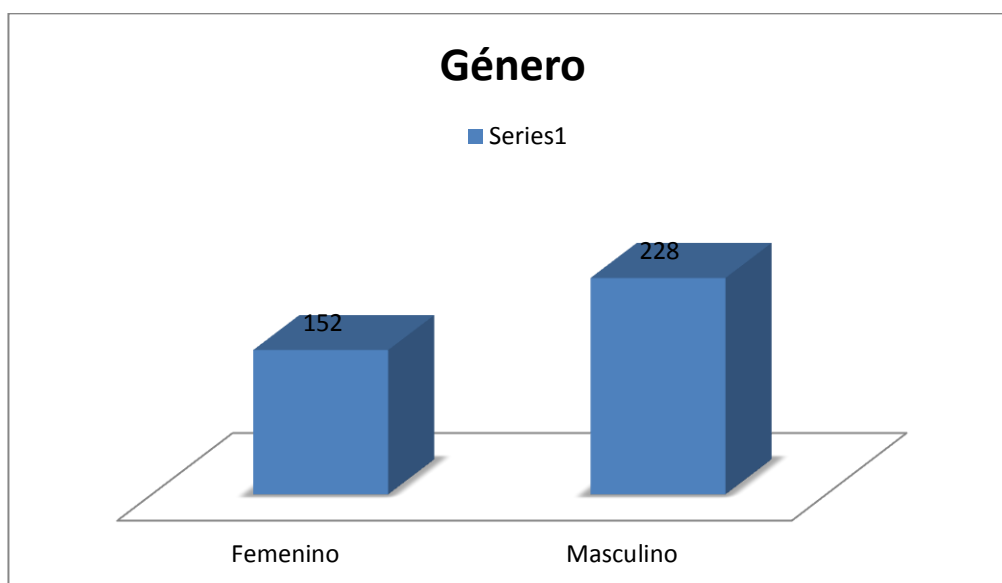
3.6.1. Género:

Género
CUADRO 12

Género	Encuestas Aplicadas	
Femenino	152	40%
Masculino	228	60%
Total	380	100%

Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 7



Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra
Elaborado por: La Autora

Análisis

Como se puede observar, se han aplicado 380 encuestas a los potenciales consumidores, un 40% al género femenino y un 60% al género masculino, considerando la existencia de un estudio previo en el que se establece que esta es la proporción de consumo entre géneros masculino y femenino.

3.6.2. Edad:

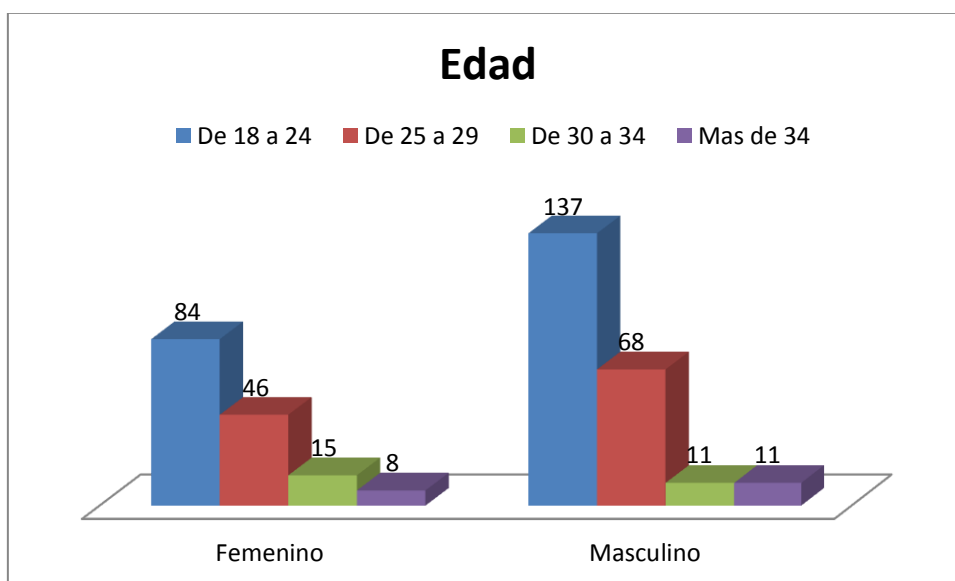
Edad
CUADRO 13

Edad	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
De 18 a 24	55%	60%	84	137
De 25 a 29	30%	30%	46	68
De 30 a 34	10%	5%	15	11
Más de 34	5%	5%	8	11
Total	100%	100%	152	228

Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 8



Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra

Elaborado por: La Autora

Análisis:

Las encuestas han sido aplicadas a hombres y mujeres comprendidos entre los 18 y más de 34 años de edad, más de la mitad de encuestados corresponden a personas entre los 18 y 24 años de edad.

3.6.3. Nivel de Instrucción

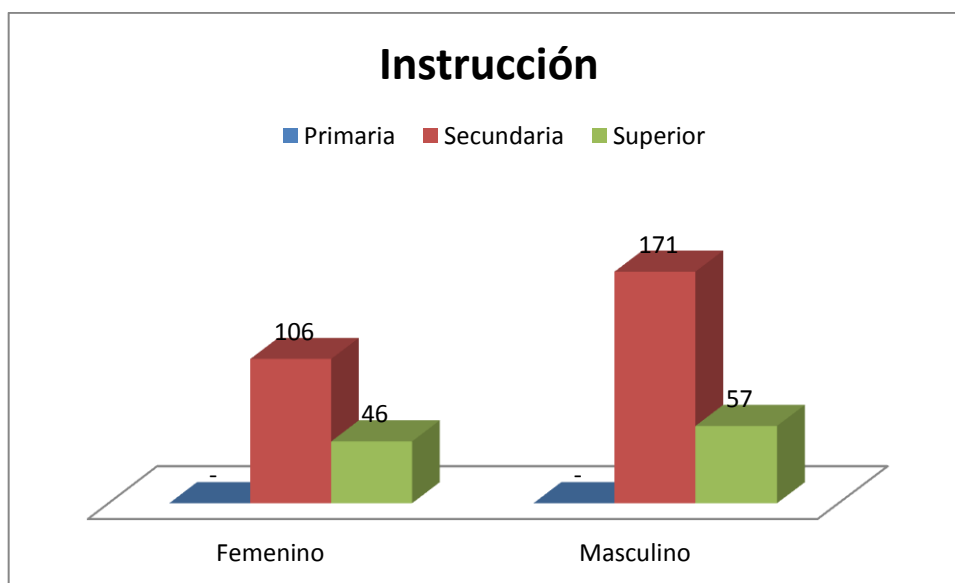
Instrucción

CUADRO 14

Instrucción	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Básica			-	-
Media	70%	75%	106	171
Superior	30%	25%	46	57
Total	100%	100%	152	228

Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 9



Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra
Elaborado por: La Autora

Análisis:

El nivel de instrucción académica predominante tanto en el género masculino como femenino es el nivel medio, en segundo lugar el nivel superior.

3.6.4. Ocupación:

Ocupación

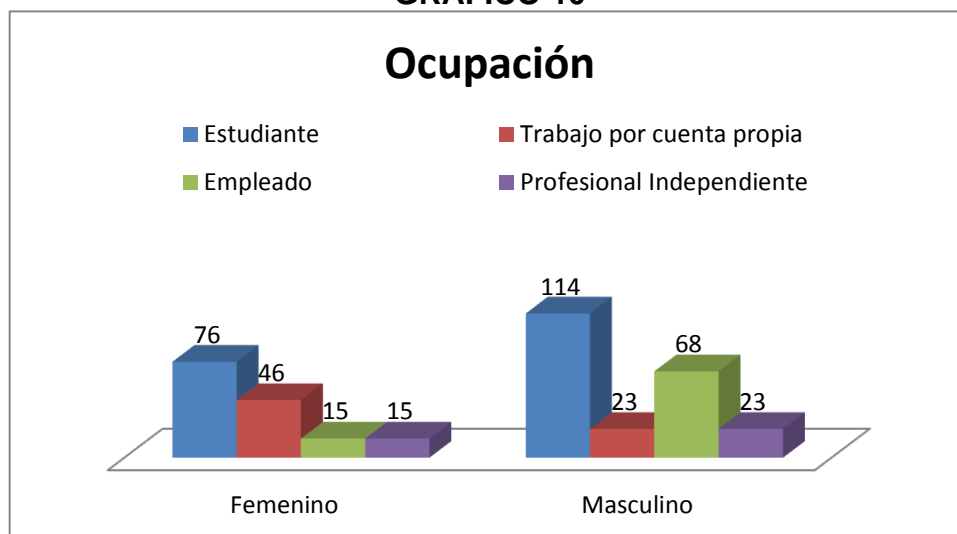
CUADRO 15

Ocupación	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Estudiante	50%	50%	76	114
Trabajo por cuenta propia	30%	10%	46	23
Empleado	10%	30%	15	68
Profesional Independiente	10%	10%	15	23
Total	100%	100%	152	228

Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 10

Ocupación



Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra
Elaborado por: La Autora

Análisis

Se puede apreciar que la ocupación preponderante en los dos géneros es la de estudiante, seguida en el género femenino por quienes desempeñan su trabajo por cuenta propia, empleados y profesionales independientes; en el género masculino es mayor el porcentaje de quienes tienen relación de dependencia, desempeñan su actividad por cuenta propia y profesionales independientes.

3.6.5. ¿Cuál es su gusto por los tatuajes?

Gusto por los tatuajes

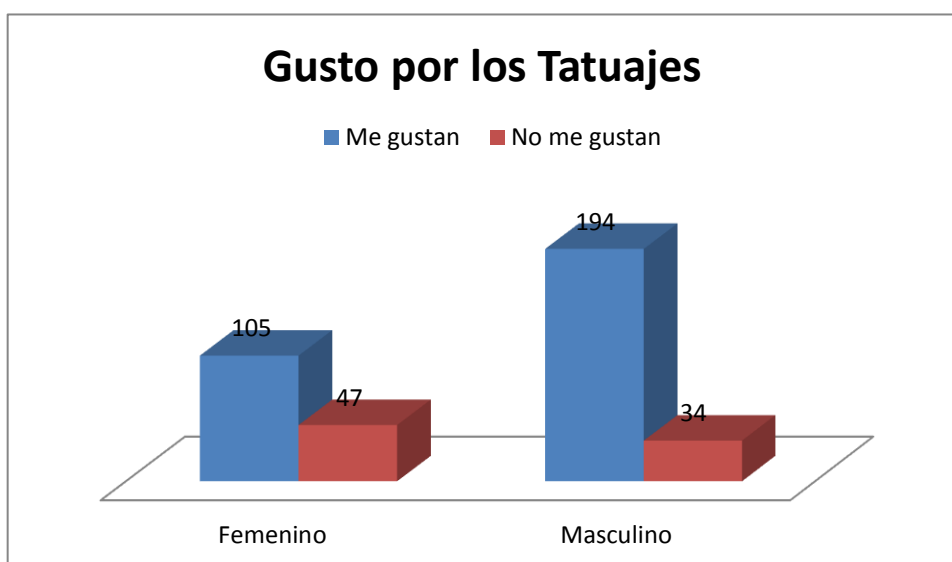
CUADRO 16

Gusto por los tatuajes	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Me gustan	69%	85%	105	194
No me gustan	31%	15%	47	34
Total	100%	100%	152	228

Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 11



Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra

Elaborado por: La Autora

Análisis

Tanto en género masculino como femenino se puede apreciar que existe un alto porcentaje de potenciales consumidores a los cuales les gusta los tatuajes, no obstante se puede apreciar que existe también un menor porcentaje que han manifestado su disgusto.

3.6.6. ¿Tiene algún tatuaje en tu cuerpo?

Tatuajes en el cuerpo

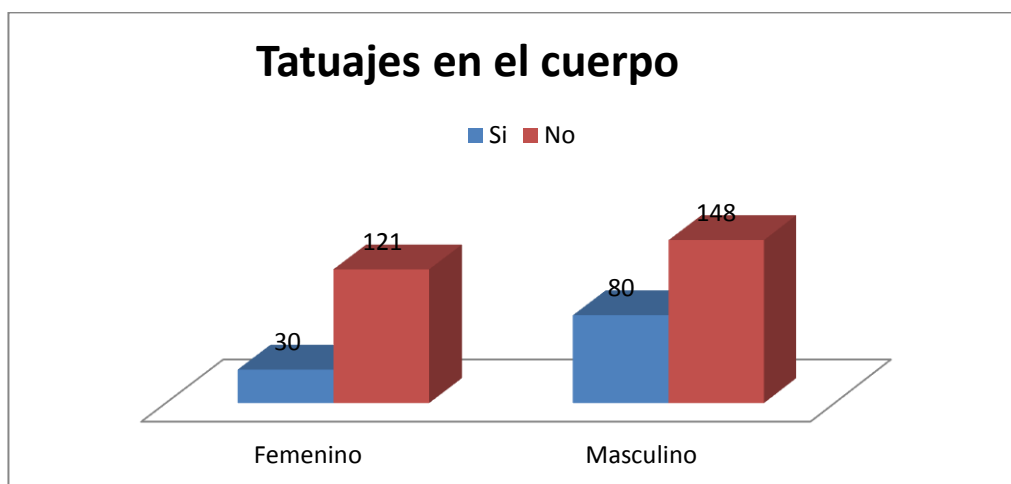
CUADRO 17

Tatuajes en el cuerpo	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Si	20%	35%	30	80
No	80%	65%	121	148
Total	100%	100%	152	228

Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 12



Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra

Elaborado por: La Autora

Análisis

Se puede observar la existencia de un segmento de mercado que sí tiene algún tatuaje en su cuerpo, en tanto que un porcentaje significativo no lo tiene, si se relaciona con la pregunta anterior se podría señalar que existe un porcentaje mayor que ha expresado su gusto por los tatuajes y que por tanto podrían ser potenciales consumidores.

3.6.7. Si tiene tatuajes en el cuerpo. ¿Hace que tiempo se lo hizo?

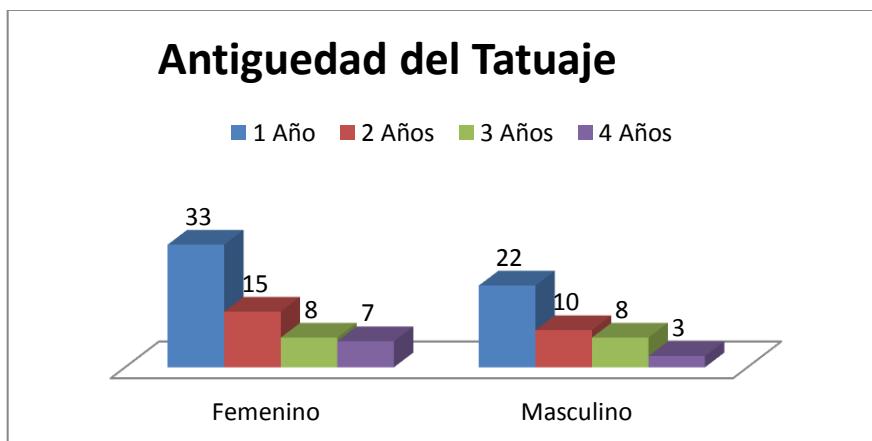
Antigüedad del Tatuaje

CUADRO 18

Antigüedad del Tatuaje	Femenino	Masculino
1 Año	33	22
2 Años	15	10
3 Años	8	8
4 Años	7	3
5 o más años	3	1
Total= 110	66	44

Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 13



Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra
Elaborado por: La Autora

Análisis

Se puede apreciar la existencia de una tendencia creciente cada año, tanto en el género femenino como masculino, esta es la tendencia que a nivel local, nacional e internacional se vive y que cada día es mayor, motivada por diferentes circunstancias sociales.

3.6.8. ¿Qué tipo de Tatuaje prefiere?

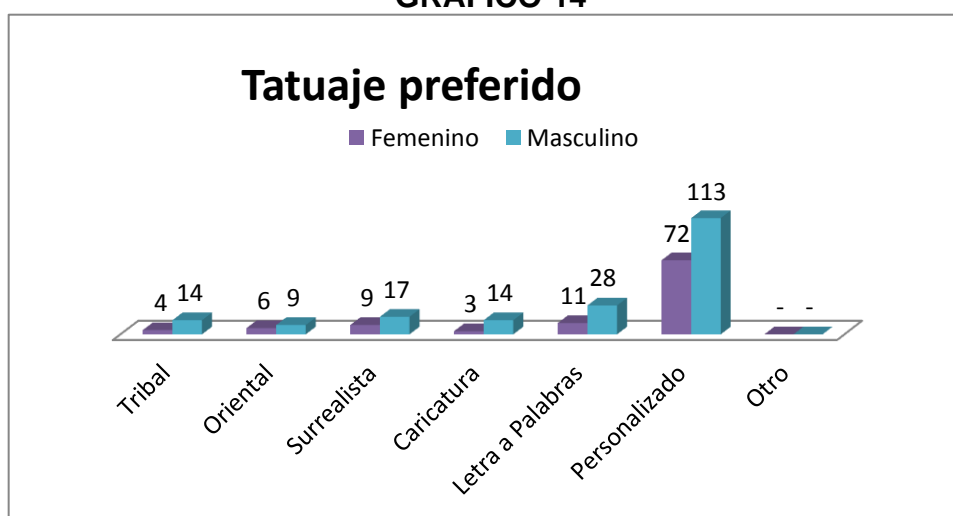
Tatuaje Preferido

CUADRO 19

Tatuaje preferido	Femenino	Masculino
Tribal	4	14
Oriental	6	9
Surrealista	9	17
Caricatura	3	14
Letra a Palabras	11	28
Personalizado	72	113
Otro	-	-
Total	105	194

Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 14



Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra
Elaborado por: La Autora

Análisis

Se puede apreciar que la preferencia significativamente mayoritaria corresponde al tatuaje personalizado, seguido por letras y palabras, esto se explica porque cada persona busca expresar y conservar un momento especial de su vida y cada uno de ellos tiene características especiales y particulares.

3.6.9. ¿Le gustaría realizarse un tatuaje este año?

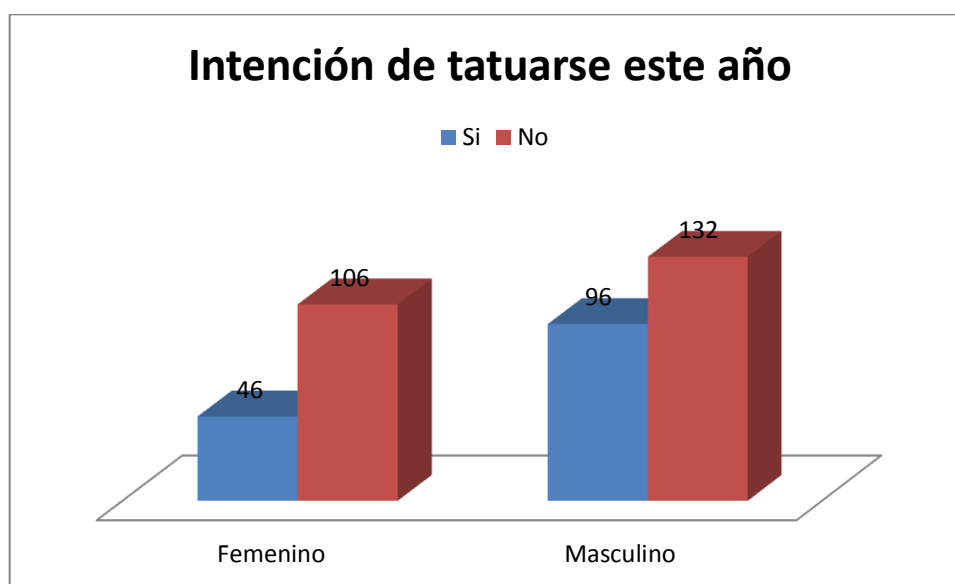
Intención de tatuarse en este año.

CUADRO 20

Intención de tatuarse este año	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Si	30%	42%	46	96
No	70%	58%	106	132
Total	100%	100%	152	228

Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 15



Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra
Elaborado por: La Autora

Análisis

En cuanto a la intención de realizarse un tatuaje este año, puede apreciarse la intención de un 30% en el segmento femenino, y un 42% en el segmento masculino para realizarse un tatuaje en el presente año.

3.6.10. ¿Qué tamaño tendría tu tatuaje?

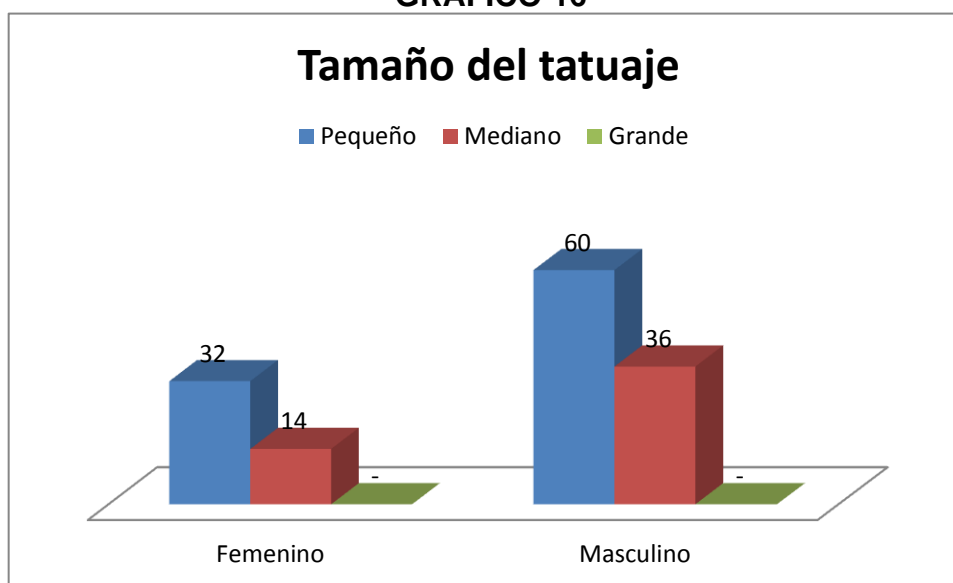
Tamaño del Tatuaje

CUADRO 21

Tamaño del tatuaje	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Pequeño	69%	63%	32	60
Mediano	31%	37%	14	36
Grande			-	-
Total	100%	100%	46	96

Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 16



Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra
Elaborado por: La Autora

Análisis

Se observa que un porcentaje superior al 60% tanto del género masculino como femenino se haría un tatuaje pequeño, mientras que un porcentaje de al menos el 30% se haría un tatuaje de tamaño mediano.

3.6.11. ¿Qué significado tiene para usted un tatuaje?

Significado del tatuaje

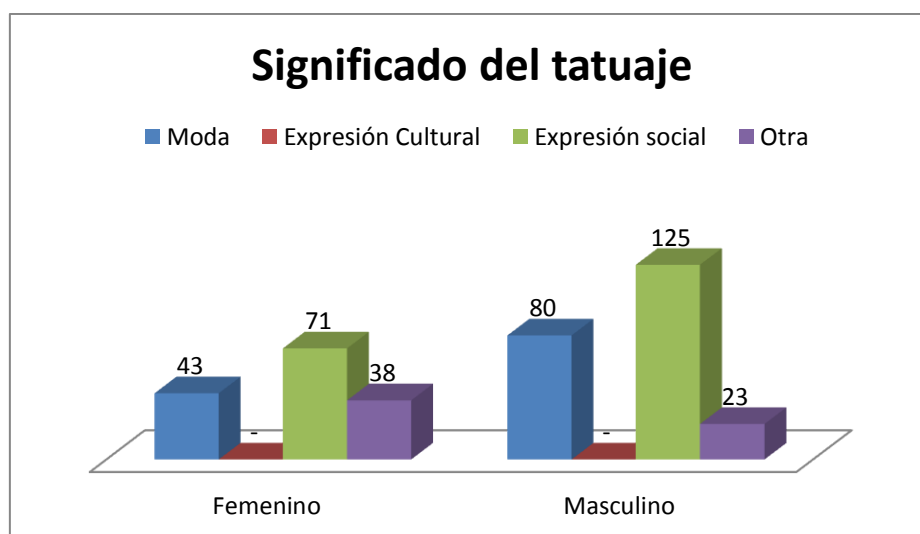
CUADRO 22

Significado del tatuaje	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Moda	28%	35%	43	80
Expresión Cultural			-	-
Expresión social	47%	55%	71	125
Otra	25%	10%	38	23
Total	100%	100%	152	228

Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 17



Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra

Elaborado por: La Autora

Análisis

Para un porcentaje mayoritario del género masculino y femenino el tatuaje es una expresión social, para un porcentaje menor pero importante también es parte de la moda.

3.6.12. ¿Qué exigiría del Estudio en que se realizaría el tatuaje?

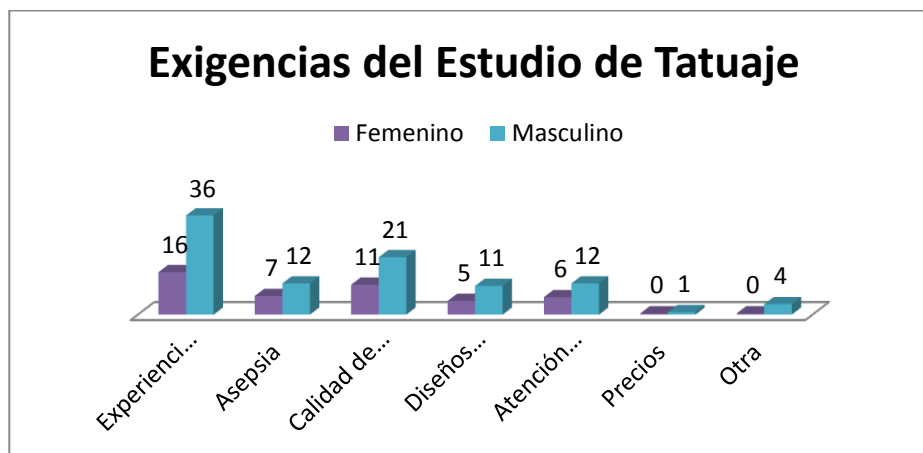
Exigencias del estudio de tatuaje

CUADRO 23

Exigencias del Estudio de tatuaje	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Experiencia Profesional	34%	38%	16	36
Asepsia	15%	12%	7	12
Calidad de materiales	24%	22%	11	21
Diseños personalizados	11%	11%	5	11
Atención personalizada	14%	12%	6	12
Precios	1%	1%	0	1
Otra	1%	4%	0	4
Total	100%	100%	46	96

Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 18



Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra
Elaborado por: La Autora

Análisis

Los requerimientos en orden de importancia para quienes podrían realizarse un tatuaje son la experiencia profesional, calidad de materiales, asepsia, atención y diseños personalizados.

3.6.13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por su tatuaje?

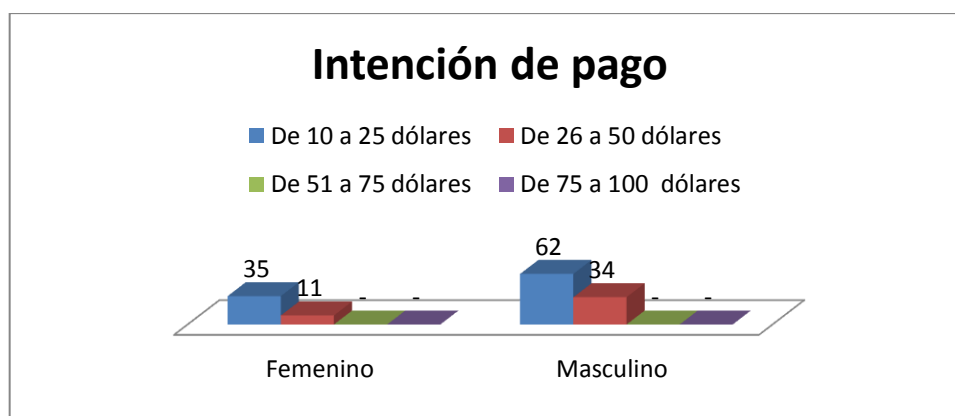
Intención de Pago

CUADRO 24

Intención de Pago	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
De 10 a 25 dólares	76%	65%	35	62
De 26 a 50 dólares	24%	35%	11	34
De 51 a 75 dólares			-	-
De 75 a 100 dólares			-	-
Total	100%	100%	46	96

Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 19



Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra
Elaborado por: La Autora

Análisis

El mayor porcentaje de potenciales consumidores estaría dispuesto a pagar de 10 a 25 dólares y un porcentaje menor de 26 a 50 dólares, lo cual puede relacionarse con la intención de realizarse un tatuaje y su tamaño; es decir, el valor que estarían dispuestos a pagar corresponderían a tatuajes pequeños y medianos respectivamente.

3.7. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.

3.7.1. Tatuajes

3.7.1.1. Descripción del producto

El tatuaje es la modificación del color de la piel, mediante la creación de un dibujo, figura o texto, realizados con tinta o algún otro pigmento bajo la epidermis. Para quienes gustan de los tatuajes la piel es considerada como un lienzo que te permite expresar experiencias, emociones, sentimientos, entre otros.

Los tatuajes son absolutamente subjetivos, responden al gusto de las personas en su forma, tamaño, colores y zona a tatuar. La mayoría de los tatuajes, son de color oscuro, ya que resaltan de mejor manera en toda piel. A los potenciales consumidores se brindará la posibilidad de realizarse un tatuaje en cualquier parte de su cuerpo, ya sea en color o en blanco y negro además de retocar tatuajes anteriores. También se realizará tatuaje estético y cover-up es decir tapar un tatuaje con otro.

3.8. OFERTA

3.8.1. Análisis Y Proyección de la Oferta

La ciudad de Ibarra cuenta con cinco estudios de tatuaje, ubicados en el centro histórico de la ciudad, estos son Bios Tatoo, Kaos Tatto, Musta Ranks Tattoo, House Tattoo, God Med Tattoo Profesional Estudio, estos brindan el servicio de tatuaje y la venta de productos complementarios relacionados con los tatuajes, su oferta se puede expresar en función de la capacidad para generar tatuajes en un determinado periodo de tiempo y a determinado precio.

Para estimar la oferta de tatuajes se ha considerado las siguientes premisas:

- Cinco días laborados por semana.

- Su horario de atención se distribuye entre parte de la mañana, tarde y noche.
- Se laboran ocho horas diarias.

CUADRO 25

Capacidad de Oferta de Tatuajes en Ibarra		
Nombre	Horas de trabajo mes	Horas trabajo año
Bios Tatoo	160	1920
Kaos Tatoo, Mario Cabezas	160	1920
Musta Ranks Tatoo	160	1920
House Tatoo	160	1920
God Med Tatoo Profesional Estudio	160	1920
Capacidad Horas	800	9600

Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra
Elaborado por: La Autora

De conformidad con los datos obtenidos, la capacidad de producción de tatuajes, parte de la capacidad de horas disponibles, es decir, se laboran 8 horas diarias, sabiendo que, el tiempo requerido para realizar un tatuaje pequeño es de 1 hora, y de un tatuaje mediano es de 5 horas de trabajo, cada estudio de tatuajes genera diariamente 3 tatuajes pequeños y 1 tatuaje mediano.

La capacidad de Producción de tatuajes diario se la ha realizado tomando en cuenta que se laboran 8 horas diarias, como mencionamos anteriormente, para su cálculo de forma semanal, hemos tomado en cuenta que se trabajan cinco días a la semana, para el cálculo en forma mensual hemos tomado como referencia 4 semanas y para su cálculo anual, 12 meses.

Capacidad de Producción de Tatuajes por Estudio CUADRO 26

Cálculo	T. Pequeños	T. Medianos
DIARIO	3	1
SEMANAL	15	5
MESUAL	60	20
ANUAL	720	240

Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra
Elaborado por: La Autora

Considerando que el tatuaje es un servicio y que durante los días y horas señaladas se encuentra disponible y a la disposición de los potenciales clientes, la capacidad de producción se transforma en la oferta disponible en el mercado.

Capacidad de Oferta Anual por los Estudios de Tatuaje CUADRO 27

Capacidad de Oferta de Tatuajes en Ibarra		
Nombre	Tatuajes pequeños	Tatuajes Medianos
Bios Tatoo	720	240
Kaos Tatoo	720	240
Musta Ranks Tattoo	720	240
House Tattoo	720	240
God Med Tattoo Profesional Estudio	720	240
Capacidad de Oferta	3600	1200

Fuente: Posibles Consumidores De La Ciudad De Ibarra
Elaborado por: La Autora

3.8.2. Proyección de la Oferta

La proyección de la oferta se ha realizado considerando la tasa de crecimiento promedio de los estudios de tatuaje en la ciudad de Ibarra en los cinco últimos años, la cual no se obtienen de los siguientes datos:

CUADRO 28

Tasa de crecimiento promedio de la oferta			
Año	N° Estudios	Tasa de crecimiento	Tasa de crecimiento promedio
2013	5	0%	5%
2012	5	0%	
2011	5	25%	
2010	4	0%	
2009	4		

Fuente: Entrevistas y observación
Elaborado por: La Autora

Proyección de la Capacidad de Producción de Tatuajes

CUADRO 29

Proyección de la Oferta				
Año	N° Estudios	Tasa crecimiento	Capacidad de Producción en horas	
			T. Pequeños	T. Medianos
2013	5	5%	3600	1200
2014	5		3600	1200
2015	5		3600	1200
2016	6		4320	1440
2017	6		4320	1440
2018	6		4320	1440

Fuente: Entrevistas oferentes

Elaborado por: La Autora

No se ha considerado la producción de tatuajes grandes, considerando que en la intención de tatuarse se ha manifestado mayormente su intención de requerir tatuajes pequeños y medianos.

3.9. DEMANDA

A efectos de proyectar la demanda se ha considerado la población de 32.276 habitantes que cumplen con las características señaladas con anterioridad, de ellas se aplicó la encuesta a una muestra de 380 personas de las cuales 142 afirmaron tener intención de tatuarse este año.

De la pregunta intención de tatuare este año

CUADRO 30

Intención de tatuarse en este año		
Género	Nro. Personas	%
Femenino	46	30
Masculino	96	42
Total	142	37

Fuente: Encuestas y entrevistas

Elaborado por: La Autora

CUADRO 31

Población	%	32276
Demanda de Tatuajes	37%	11942
T. Pequeños	66%	7882
T. Medianos	34%	4060

Fuente: Encuestas y entrevistas
Elaborado por: La Autora

Del cuadro anterior podemos apreciar que el 37% equivale a una población de 11.296 personas que sienten gusto por los tatuajes, de ellos un 66% se inclinan por los tatuajes pequeños y el 34% asegurar gustarle los tatuajes medianos.

Además, se ha procedido a determinar la tasa de crecimiento anual promedio de los últimos cinco años, para lo cual se ha considerado el número de personas que año a año se han realizado tatuajes en su cuerpo.

CUADRO 32

Tasa de crecimiento promedio de la demanda				
Año	Femenino	Masculino	Demanda	Tasa de crecimiento promedio
1 Año	10	27	34%	
2 Años	8	21	26%	33%
3 Años	6	16	20%	28%
4 Años	4	10	12%	67%
5 o más años	3	6	9%	41%
Total	30	80		42%

Fuente: Encuestas y entrevistas
Elaborado por: La Autora

3.9.1. Proyección de la Demanda.

CUADRO 33

Demanda Proyectada			
Año	Tasa de crecimiento promedio	T. Pequeños	T. Medianos
2.014	42%	7.882	4.060
2.015		11.192	5.766
2.016		15.893	8.187
2.017		22.568	11.626
2.018		32.046	16.509

Fuente: Entrevistas y encuestas
Elaborado por: La Autora

3.10. DEMANDA INSATISFECHA

El balance que a continuación se presenta, fue elaborado de acuerdo a la información recabada de fuentes primarias y secundarias, esto nos indica la factibilidad del proyecto, nos da una idea general de si es o no necesario. Para lo cual debemos tener en cuenta los siguientes conceptos:

OFERTA - DEMANDA = NEGATIVO; Proyecto Aceptable, tiene Mercado.

OFERTA - DEMANDA = POSITIVO; Se descarta el proyecto.

Demanda Insatisfecha

CUADRO 34

Balance de la Oferta y Demanda						
Año	Demanda		Oferta		Demanda Insatisfecha	
	T. Pequeños	T. Medianos	T. Pequeños	T. Medianos	T. Pequeños	T. Medianos
2014	7.882	4.060	3600	1200	-4.282	-2.860
2015	11.192	5.766	3600	1200	-7.592	-4.566
2016	15.893	8.187	4320	1440	-11.573	-6.747
2017	22.568	11.626	4320	1440	-18.248	-10.186
2018	32.046	16.509	4320	1440	-27.726	-15.069

Fuente: Base de Datos entrevistas y encuestas
Elaborado por: La Autora

Se puede observar que la oferta de los estudios de tatuaje a partir del año cero (2014) es menor a la demanda de tatuajes, tanto pequeños como medianos, consecuentemente se podría afirmar la existencia de demanda insatisfecha, misma que crece en cada año de los de duración del proyecto.

Se ha considerado mantener estable los niveles de producción anual, durante la vida del proyecto se ha previsto producir 1040 unidades, resultado de producir cuatro tatuajes promedio diarios durante doscientos sesenta días laborados al año, pensando más en la exclusividad y la calidad que en la cantidad. Lo que significa captar menos del 20% de la demanda insatisfecha anual.

3.11. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Los estudios de tatuaje en la ciudad de Ibarra no han crecido en forma significativa, los pocos estudios de tatuaje existentes en la ciudad y que han sido considerados para el análisis, tienen varios años y su competencia formal no se ha incrementado, aunque si existen lugares en los que prima la informalidad y se ofrecen servicios de tatuaje, piercing, además de la comercialización de otro tipo de productos, que poca o ninguna relación tienen con el servicio de tatuajes.

Los Estudios de tatuaje se encuentran en la zona del centro histórico de la ciudad, los más relevantes están en la calle Bolívar y Velasco, Pedro Moncayo y Bolívar, Olmedo y Pérez Guerrero.

3.12. PRECIOS Y PROYECCIÓN

Los precios que al momento se encuentran establecidos en los estudios de tatuaje, se encuentran en función de aspectos como el tamaño, el diseño, los colores, entre otros; sin embargo los precios para en tatuaje pequeño se encuentra en \$10 diez dólares americanos, el tatuaje

mediano fluctúa alrededor de \$30 dólares y un tatuaje grande se encuentra sobre los \$50 dólares.

Luego de consultar el gusto y preferencia de los potenciales clientes, un 60% de ellos ha manifestado su preferencia por tatuajes pequeños en tanto que el 40% restante lo ha hecho por los tatuajes medianos, no han expresado interés alguno por tatuajes grandes.

El estudio de mercado ha permitido conocer la existencia de un mercado de consumidores de tatuajes artísticos en la provincia de Imbabura, dentro del cual existe un segmento potencial que busca servicios de tatuajes de calidad y buen gusto, quienes al hacer uso de este tipo de arte busca expresarse y poner de manifiesto por medio de su mensaje corporal, sus vivencias más relevantes que son parte y esencia de su ser, de sus creencias, o sus pasiones más recónditas. No existen oferentes locales para este tipo de tatuajes artísticos, sin embargo en el mercado se encuentra diferentes opciones de tatuajes, que no cuentan con criterios artísticos y en muchos casos, ni siquiera cuentan con condiciones básicas de higiene y salubridad.

.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO.

Comprende el estudio y análisis de aspectos relacionados con la ingeniería del proyecto, como la macrolocalización, microlocalización, instalaciones, infraestructura, maquinaria y equipos, materiales e insumos; además se describen sus principales procesos.

La capacidad de planta del proyecto, responde a la demanda potencial de mercado, permitirá satisfacerla en forma organizada evitando escases o sobreproducción.

Se establecen premisas necesarias del proyecto, en base a las cuales se realiza el análisis de la inversión del proyecto, y la vida útil del mismo.

4.1. Localización Del Proyecto.

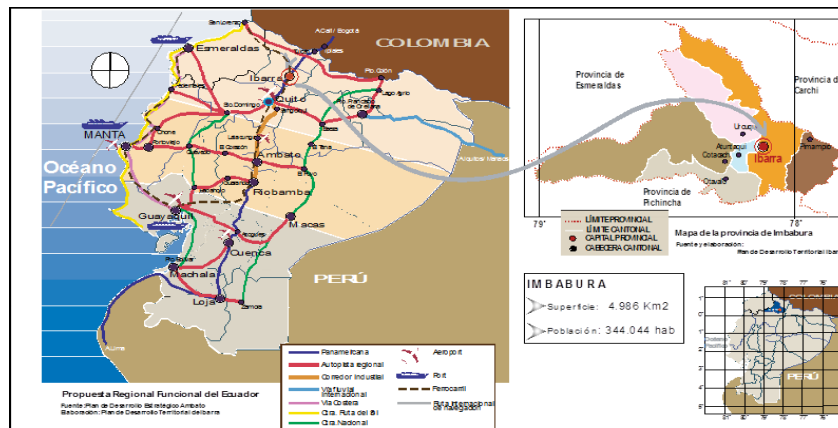
4.1.1. Macro localización.

Se ha elegido la provincia de Imbabura y de manera específica propone que el proyecto se localice en la ciudad de Ibarra en una de las Parroquias de mayor actividad comercial y de concurrencia juvenil, es decir la Parroquia San Francisco o El Sagrario.

A continuación se presenta el mapa provincial de Imbabura, con el detalle de sus principales características geográficas y poblacionales.

Mapa del Ecuador y Provincia de Imbabura

GRÁFICO 20



Fuente: www.imbabura.gob.ec / Sistema de Información Geográfica

Características de la Provincia de Imbabura

CUADRO 35

CARACTERÍSTICAS DE LA PROVINCIA DE IMBABURA		
PAÍS	Ecuador	
PROVINCIA	Imbabura	
UBICACIÓN	Norte del país	
SUPERFICIE	4.609 Km²	
POBLACIÓN	344.044 habitantes	
ORG. TERRITORIAL	6 cantones y 36 parroquias	
CANTONES	Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro y Urcuquí	
COORDENADAS	Latitud	00° 07' y 00° 52' Norte
	Longitud	77° 48' y 79° 12' Oeste
	Altitud	200 – 4.939 MSN
LÍMITES	Norte	El Carchi
	Sur	Pichincha
	Este	Sucumbíos
	Oeste	Esmeraldas

Fuente: www.imbabura.gob.ec / Sistema de Información Geográfica

La provincia de Imbabura, cuenta con una extensión geográfica de 4609 km², limita: al Norte con la provincia del Carchi, al Sur con la provincia de Pichincha, al Este con la provincia de Sucumbíos y al Oeste con la provincia de Esmeraldas; cuenta con 6 cantones: Ibarra, Otavalo, Antonio Ante, Cotacachi, Urcuqui y Pimampiro; se encuentra integrada por 36 parroquias entre urbanas y rurales.

4.1.2. Micro localización.

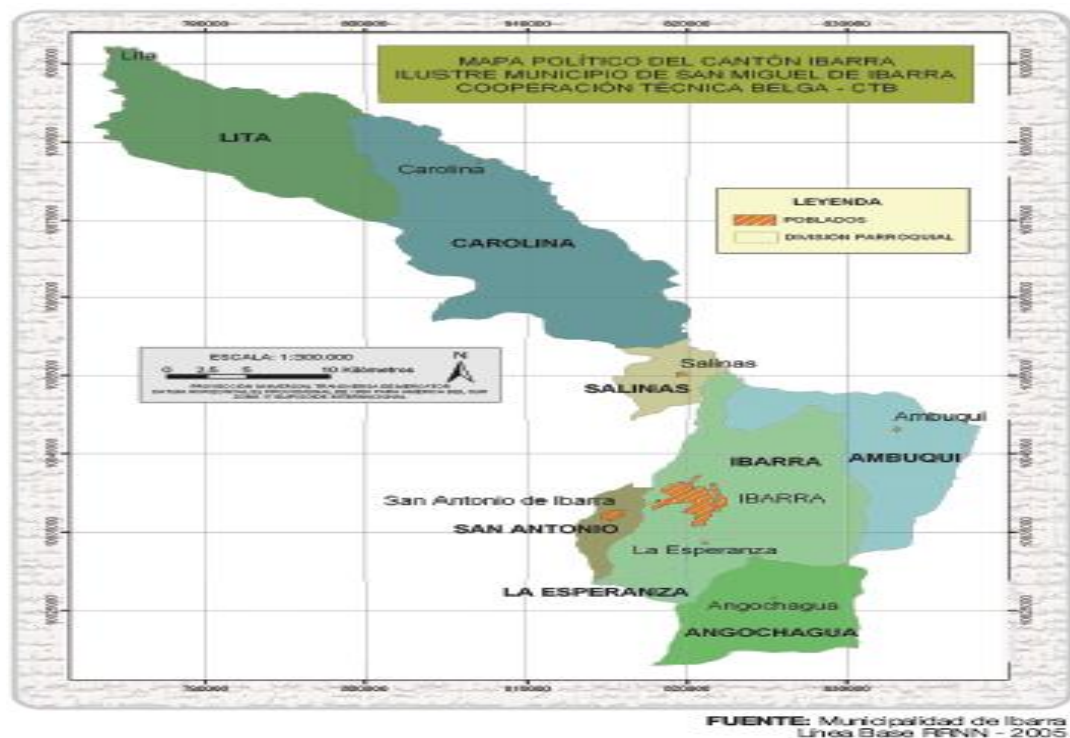
El Cantón Ibarra, se encuentra ubicado en la provincia de Imbabura, situada en la sierra norte del Ecuador entre las provincias de Pichincha, Carchi y Esmeraldas. Los límites del Cantón son:

Norte: Provincia del Carchi,
 Noroeste: Provincia de Esmeraldas,
 Oeste: Cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo,
 Este: Cantón Pimampiro,
 Sur: Provincia de Pichincha.

El Cantón Ibarra está constituido por cinco parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y La Dolorosa de Priorato y siete Parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio, con una superficie total de 1.162.22 km², divididas en la siguiente forma:

Mapa Político del Cantón Ibarra

GRÁFICO 21



4.1.3. Criterios de Evaluación.

A fin de establecer la localización más adecuada para el desarrollo del proyecto, se ha considerado varios aspectos de importancia para su buen funcionamiento, estos se detallan a continuación.

4.1.3.1. Facilidad de acceso, transporte y comunicación.

La parroquia San Francisco es una parroquia urbana a la cual concurren gran parte de la población ibarreña e imbabureña a satisfacer sus diversas necesidades, cuenta con todos los servicios básicos para el desarrollo de un proyecto de la ésta naturaleza; sus vías de acceso en este sector son adoquinadas y de fácil acceso y circulación. El servicio de transporte y de comunicación es total.

4.1.3.2. Disponibilidad y cercanía de materia prima.

La ciudad de Ibarra y sus parroquias urbanas cuentan con una gama de servicios y productos que contribuyen al buen funcionamiento de una amplia gama de proyectos, la adquisición de materias primas para el proyecto propuesto no constituye problema alguno ya que muchos de los materiales e insumos necesarios son de fácil consecución en el centro de la ciudad, adicionalmente en el caso de requerir otro tipo de materias primas no disponibles en la ciudad, se puede hacer uso de otro tipo de servicios con los que cuenta la ciudad y disponer fácilmente y en poco tiempo contar con la materia prima requerida.

4.1.3.3. Disponibilidad de Servicios Básicos

La disponibilidad de servicios básicos en la ciudad y de manera particular en la parroquia San Francisco es total, se cuenta con una gama de servicios tales como servicio de agua potable y alcantarillado, recolección de basura, energía eléctrica, servicio telefónico e internet entre otros.

4.1.3.4. Actitud de la Comunidad.

Existe por parte de la comunidad ibarreña un mayor grado de aceptación y tolerancia a este tipo de proyectos, la concepción de la comunidad sobre los tatuajes ha cambiado, es más, hoy en día es considerada como una actividad artística, mediante la cual las personas se expresan y comunican socialmente.

4.1.3.5. Seguridad.

Al ser la parroquia San Francisco una parroquia urbana, goza de los beneficios que ello significa, y uno de ellos es la seguridad, pues al ser su localización central y de fácil acceso, la policía y organismos de control y seguridad transitan frecuentemente por el sector, lo cual proporciona buenas condiciones de seguridad.

4.1.3.6. Posibilidad de eliminación de desechos.

Los desechos que origina el desarrollo del proyecto no requieren condiciones especiales para su eliminación, pues son desechos tóxicos e infecciosos, por lo que cumpliendo ciertos requerimientos básicos pueden ser desechados por medio de los servicios de basura que posee la ciudad de manera diaria.

4.1.3.7. Ambiente Diurno y Nocturno.

Se ha considerado el movimiento y vida diurna y nocturna de cada uno de los sectores, concluyéndose que en el sector de las calles Bolívar y Oviedo existe movimiento diurno, pero en tempranas horas de la noche desaparece; En el sector de los Ceibos existe vida nocturna, pero no diurna; en el sector de la Avenida Atahualpa y Teodoro Gómez de la Torres, existe vida diurna y nocturna.

4.1.3.8. Aceptación del Sector por la Juventud.

Se ha consultado a los potenciales clientes sobre la posible localización del taller y se ha evidenciado la preferencia por el sector de la Avenida Atahualpa y Teodoro Gómez de la Torre.

La Matriz de evaluación de alternativas, ha considerado los siguientes criterios de evaluación:

Valoración 3	Condición más favorable
Valoración 2	Condición medianamente favorable
Valoración 1	Condición menos favorable.

Matriz de Criterio de Selección de Alternativas

CUADRO 36

CRITERIOS	CRITERIO 1	CRITERIO 2	CRITERIO 3	CRITERIO 4	CRITERIO 5	CRITERIO 6	CRITERIO 7	CRITERIO 8	TOTAL
ALTERNATIVAS	Facilidad de acceso, transporte y comunicación	Disponibilidad y cercanía de materia prima	Disponibilidad de Servicios Básicos	Actitud de la Comunidad	Seguridad	Posibilidad de eliminación de desechos	Ambiente Diurno Nocturno	Aceptación del sector por la Juventud	
Bolívar y Oviedo	3	3	3	2	2	3	2	3	21
Av. Atahualpa y Teodoro G.	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Los Ceibos	2	2	2	2	3	3	2	2	18

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Luego de evaluar la posibilidad de localizar el proyecto en el centro de la ciudad, calle Bolívar y Oviedo, Avenidas Atahualpa y Teodoro Gómez, y barrio los Ceibos, se ha considerado importante recomendar se localice en el sector de las Avenidas Atahualpa y Teodoro Gómez de la Torre, por ser un sector de mucha dinámica y movimiento, sobre todo para el segmento juvenil, al cual se dirige el proyecto, y de conformidad con los resultados de la tabla de evaluación previa.

4.1.4. Localización de Planta.

La empresa Ufo Club Tattoo, estará localizada en la ciudad de Ibarra en la parroquia San Francisco en la Avenida Atahualpa 14-96 y Teodoro Gómez de la Torre, donde cuenta con los servicios básicos necesarios para desarrollar la actividad propuesta, en el siguiente croquis se identifica su localización:

GRÁFICO 22



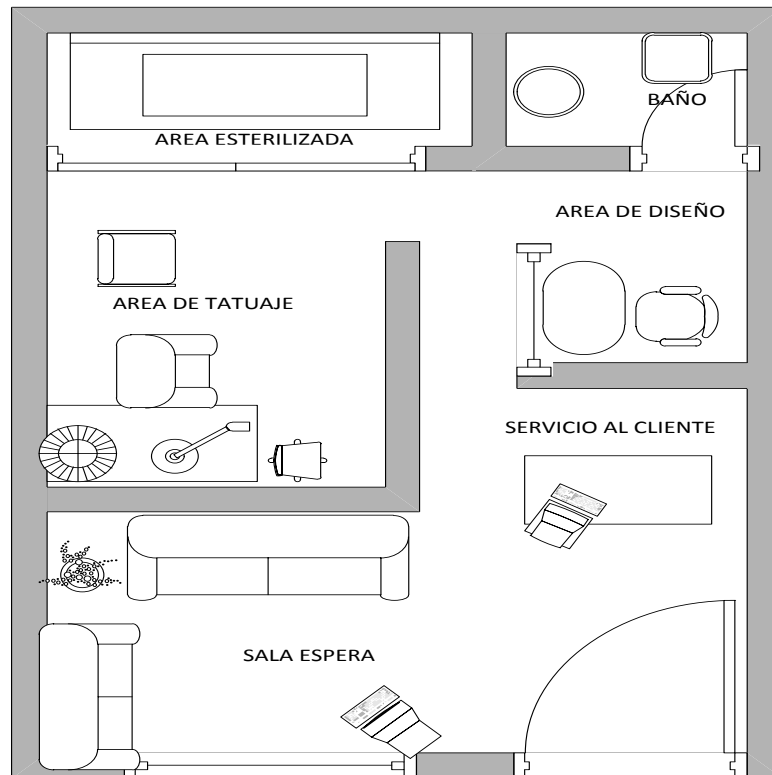
Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.1.4.1. Distribución de planta

La distribución de planta se encuentra acorde con el proceso de producción, esta se puede apreciar en el siguiente gráfico:

GRÁFICO 23



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

A continuación se describe sus principales procesos:

4.1.4.2. Diseño de Instalaciones.

El diseño de las instalaciones de la empresa, responde a los requerimientos y especificaciones técnicas para el desarrollo de las diferentes actividades productivas para realizar tatuajes, de conformidad con el proceso detallado a continuación.

Proceso de producción

4.1.4.2.1. Asesoría al cliente

Se brinda asesoría al cliente para esclarecer la idea de lo que quiere tatuarse, para lo cual se realiza el diseño del posible tatuaje.

4.1.4.2.2. Decisión de tatuarse

El cliente realiza cambios al diseño y toma la decisión de tatuarse.

4.1.4.2.3. Definición de fecha

Se establece la fecha, es decir la cita para el tatuaje.

4.1.4.2.4. Condiciones asépticas

El día de la cita el artista debe estar con las manos limpias y desinfectadas.

4.1.4.2.5. Explicación de procedimientos

El artista te explicará el procedimiento de esterilización y abrirá el equipo esterilizado que se utiliza una sola vez (como agujas y demás).

4.1.4.2.6. Preparación de equipos

El artista que realiza el tatuaje se colocará guantes nuevos y limpios y una mascarilla como los que se utilizan en las cirugías.

4.1.4.2.7. Desinfección de zona de tatuaje

Se procede a limpiar y desinfectar la zona del cuerpo sobre la que se realizará el tatuaje.

4.1.4.2.8. Preparación del transfer

El artista debe preparar el transfer para colocarle en la piel.

4.1.4.2.9. Dibujo del Tatuaje

4.1.4.2.10. Instrucciones de cuidado

El artista utilizará la máquina para tatuajes (con una aguja estéril, desechable) para comenzar a dibujar el contorno del tatuaje debajo de tu piel.

4.1.4.2.11. Limpieza del contorno del tatuaje

Después limpiará el contorno con jabón antiséptico y agua.

4.1.4.2.12. Definición del diseño

El artista comenzará a definir el diseño. Después de limpiar nuevamente la zona, inyectará el color.

4.1.4.2.13. Limpieza

Si sale sangre, la retirará con una toalla o un paño estéril desechable.

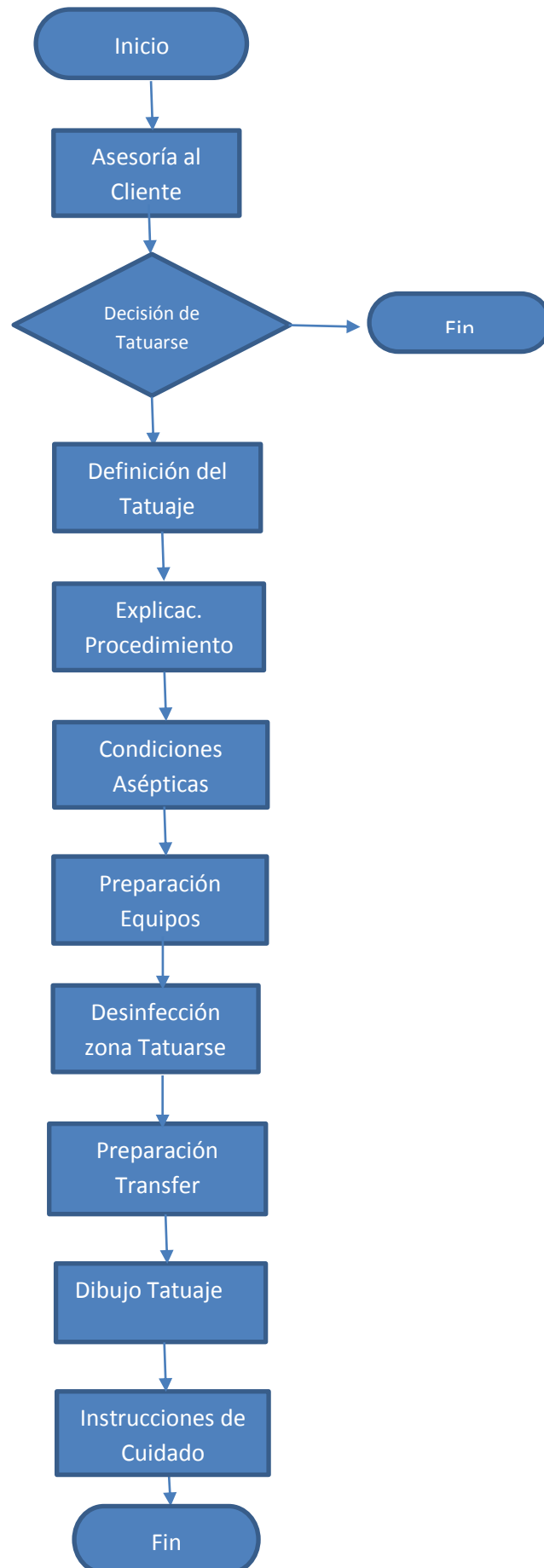
4.1.4.2.14. Limpieza y vendaje

Una vez que haya finalizado, la zona, que ahora luce un tatuaje terminado, será limpiada nuevamente y se colocará una venda plástica.

Finalmente el artista procederá a dar las indicaciones del cuidado del tatuaje para los posteriores 15 días.

4.1.5. Diagrama de flujo del proceso.

El diagrama de flujo del proceso, comprende el detalle de la secuencia de actividades, en donde se muestran los pasos a seguir para realizar una actividad, a continuación se presenta el procesos de producción de tatuajes.



Inversiones.

4.1.6. Activos Fijos.

4.1.6.1. Instalaciones e Infraestructura.

La implementación de este proyecto requiere del espacio y las condiciones físicas necesarias para el desarrollo del proceso de tatuaje, el sitio que está acorde con la distribución de planta de acuerdo a la Matriz de Evaluadores se lo va a arrendar y éste se detalla a continuación:

4.1.6.2. Maquinaria y Equipos.

La Maquinaria y Equipo para la producción será de origen extranjero, se la adquirirá a un representante radicado en el país. Hanna Instruments, lo cual garantizará la calidad de la maquinaria y equipo así como la inversión.

Maquinaria y Equipos

CUADRO 37

MAQUINARIA Y EQUIPOS	
Cantidad	Detalle
1	Máquina de tatuar Stigma
1	Máquina de tatuar Dragonfly
1	Máquina de bovinas Pink Floyd
2	Máquina de bovinas Unimx
1	Máquina de bovinas Micky Sharp
1	Fuente de poder digital
2	Fuente de poder manual
1	Esterilizador
1	Ultrasonido
3	Espejos
2	Lámparas luz blanca
1	Pedal
1	Clipcord
1	Ventilador
1	Extinguidor

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.1.6.3. Equipo de Oficina.

Para iniciar el funcionamiento de la Pequeña empresa, se requiere de un equipo de oficina básico, considerando las necesidades prioritarias.

Equipo de Oficina CUADRO 38

	EQUIPO DE OFICINA
Cantidad	Detalle
1	Equipo de computación
1	Impresora
1	Cámara digital

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.1.6.4. Muebles de Oficina

CUADRO 39

	MUEBLES DE OFICINA
Cantidad	Detalle
2	Escritorios con luz interna
1	Archivador
2	Sillas giratorias
1	Camilla de tatuar
1	Contenedor de madera
1	Sillon de espera
2	Vitrinas de aluminio
1	Mueble de caja
2	Taburetes

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: LA Autora

4.1.7. Activos Diferidos.

Constituye una inversión intangible que es útil considerar para el establecimiento de la pequeña empresa, toda vez que resume los requerimientos económicos que implica la realización de trámites judiciales en la legalización de la misma y en general todos los gastos efectuados en la investigación.

Activos Diferidos CUADRO 40

	ACTIVOS DIFERIDOS
Cantidad	Detalle
1	Estudio, diseños y adecuaciones
1	Gastos de constitución
1	Registro y permisos funcionan.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.1.8. Capital de Trabajo.

Constituye aquellos valores necesarios para arrancar el proyecto, hasta obtener los primeros ingresos a razón de la venta del producto.

El capital de trabajo asciende a 5.386,91Usd., está presupuestado para 3 meses, período en el cual es necesario invertir en la fase pre operativa, en lo posterior el proyecto ira consolidándose y generando liquidez.

Capital de Trabajo

CUADRO 41

CAPITAL DE TRABAJO	
Cantidad	Detalle
1	Materiales directos
1	Mano de obra directa
1	Materiales indirectos
1	Suministros
1	Gastos de Administración y Ventas
1	Gastos Promoción y Publicidad

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.2. Resumen Inversión Total.

La Inversión Total que requerida para poner en marcha el proyecto es la que sigue:

Resumen Inversión Total

CUADRO 42

RESUMEN INVERSION
Detalle
Arriendo mensual
Equipos de Oficina
Vehículo
Maquinaria y equipos
Muebles de Oficina
Gastos pre operativos
Capital de trabajo Trim

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.2.1. Financiamiento.

La inversión requerida para emprender en esta empresa es de 14.198,91 Usd., de los cuales el 50% será aportado por el accionista de la empresa, y la diferencia mediante un crédito.

Origen de la Inversión CUADRO 43

ORIGEN DE LA INVERSION
Capital Propio
Crédito terceros

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.3. Talento Humano Requerido.

El talento humano es indispensable para la puesta en marcha de la nueva unidad productiva, a continuación se detallan los requerimientos en mano de Obra Directa e Indirecta:

4.3.1. Mano de Obra Directa

CUADRO 44

MANO DE OBRA DIRECTA
Función
Tatuador

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.3.1.1. Personal de Administración y Ventas

CUADRO 45

PERSONAL ADMINISTRATIVO
Detalle
Administrador

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.3.1.2. Horario de Trabajo / Jornada Laboral.

Se planifica laborar 5 días a la semana, en jornadas de 8 horas diarias, 52 semanas al año.

Se podrá ampliar las jornadas de trabajo de conformidad con el crecimiento del mercado.

4.4. Materia Prima Directa.

La materia prima directa requerida para satisfacer los niveles de producción propuestos, se presenta a continuación:

Materia Prima Directa

CUADRO 46

Materiales	Descripción
Directos	Tinta o Pigmento

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.5. Materiales Indirectos e Insumos.

Dentro de este grupo de materiales se encuentra todo lo relacionado con los insumos necesarios para complementar la elaboración del menú como tal, así también para el mantenimiento de las principales áreas de funcionamiento de la pequeña empresa. A continuación se muestran los resultados expresados en cantidad y costo.

Materia Prima Indirecta e Insumos

CUADRO 47

MATERIA PRIMA INDIRECTA	
Materiales	Descripción
Indirectos	Tatuajes
Materiales Indirectos	Desinfectantes Desodorante Trasfer Caps Paños de limpieza epitelial Agujas Grifs Papel Fil Material desechable Baselina Grumets

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Suministros

CUADRO 48

Detalle
Energía Eléctrica
Agua potable
Teléfono

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.6. Costo de Productos Terminados.

Costo de Productos Terminados

CUADRO 49

Descripción
Materiales Directos
Materiales Indirectos
Mano de Obra Directa
CIF

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.7. Tamaño Del Proyecto.

4.7.1. Mercado.

La demanda actual de tatuajes en la ciudad de Ibarra es de 7.882 tatuajes pequeños y 4.060 tatuajes medianos, no se han estimado los tatuajes grandes debido a que su demanda es menor. Debido a su crecimiento significativo se estima que la demanda potencial para el año 2018 será de 32.046 tatuajes pequeños y 16.509 tatuajes grandes, es decir la demanda potencial es significativamente creciente.

4.8. Disponibilidad de Recursos Financieros.

La ejecución de todo proyecto productivo cuenta con recursos propios y de terceros, en el presente proyecto se cuenta con la participación financiera de terceros, que en su calidad de inversionistas y dueños del proyecto, aportaran con el valor aproximado de 7.099,46 (siete mil noventa y nueve dólares), adicionalmente se contará con recursos de terceros que corresponden a Instituciones Financieras que apoyan al

sector productivo, concretamente se aplicará un crédito de desarrollo productivo en la Corporación Financiera Nacional.

El análisis del financiamiento y su estructura se analizará de manera más detallada en el estudio financiero.

4.9. Disponibilidad de Mano de Obra.

La mano de obra requerida para poner en funcionamiento éste proyecto constituye una de las fortalezas del proyecto, ya que su propietario y gestor de la idea es especialista en el diseño y realización de tatuajes, lo cual nos permite afirmar que se cuenta con la mano de obra requerida para la implementación y desarrollo del proyecto.

En cuanto a las actividades administrativas, se cuenta también con el talento humano disponible para cumplir con este propósito.

4.10. Disponibilidad de Materia Prima e Insumos.

Las materias primas para este tipo de proyectos se encuentran fácilmente disponibles en el mercado local y nacional.

4.11. La Tecnología.

La tecnología requerida para poner en marcha el presente proyecto se encuentra disponible en el medio; no obstante se debe indicar que se dispondrá de tecnología y equipos modernos, ya que si bien es cierto, los equipos del proceso de producción son similares, la eficiencia y productividad de los mismos han cambiado significativamente, por lo que la maquinaria y equipo a utilizarse pertenece a una nueva generación tecnológica.

4.12. Determinación de la Capacidad de Producción.

De conformidad con el estudio de mercado se ha podido estimar que la demanda actual de tatuajes es creciente en el mercado ibarreño, lo cual

se puede apreciar en el balance de la oferta y demanda de tatuajes en la ciudad.

La capacidad de producción estaría dada por la capacidad para laborar cinco días a la semana, una jornada de ocho horas diarias, lo cual nos conllevaría a producir en forma mensual 20 medianos o 60 pequeños, es decir la demanda existente es significativamente superior a nuestra capacidad de producción y de oferta.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.

Mediante este estudio, se determinará el grado de factibilidad económica y financiera del proyecto en un lapso de cinco años.

5.1. Estructura y Origen de La Inversión.

La inversión requerida, será asignada en un 48% a inversiones fijas, en un 14% a inversiones diferidas y en un 38% a capital de trabajo, el detalle de esta estructura se a continuación.

Estructura de la Inversión

CUADRO 50

ESTRUCTURA DE LA INVERSION		
Detalle	Inversión	%
Inversión Fija	6.830,00	48,1%
Inversión Diferida	2.000,00	14,1%
Capital de Trabajo	5.368,91	37,8%
TOTAL	14.198,91	100%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Origen de la Inversión

La inversión se originará en un 50% por parte del accionista o propietario del negocio y el 50% corresponderá a un crédito bancario.

CUADRO 51

ORIGEN DE LA INVERSION		
Fuente	Valor	%
Capital Propio	7.099,46	50%
Crédito terceros	7.099,46	50%
	14.198,91	100%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.2. Inversiones.

Implementar y ejecutar el proyecto requiere de una serie de inversiones que se agrupan en activos fijos, diferidos y capital de trabajo.

La inversión que implican estos requerimientos se detallan a continuación.

5.2.1. Inversión Fija.

Para la gestión y desarrollo del proyecto se hace necesaria la adecuación de una infraestructura adecuada en la que se instalará y operará el proyecto, a continuación se detallan dichas inversiones:

5.2.1.1. Infraestructura.

La infraestructura requerida corresponde a un local comercial arrendado en el que se instalaran la maquinaria y equipos de conformidad con la distribución de planta indicada en documento anexo.

Infraestructura.

CUADRO 52

INVERSION FIJA	
Detalle	Inversión
Arriendo mensual	200,00
Equipos de Oficina	1.260,00
Maquinaria Y Equipo	3.580,00
Muebles de Oficina	1.790,00
TOTAL	6.830,00

Elaborado por: La Autora

5.2.1.2. Maquinaria y Equipo.

Se encuentra la maquinaria y equipo con la cual contará el proyecto para sus procesos productivos, ésta se detalla a continuación.

Maquinaria y Equipos
CUADRO 53

MAQUINARIA Y EQUIPO			
Cantidad	Detalle	V. Unit.	Total
1	Máquina de tatuar Stigma	500,00	500,00
1	Máquina de tatuar Dragonfly	500,00	500,00
1	Máquina de bovinas Pink Floyd	150,00	150,00
2	Máquina de bovinas Unimx	200,00	400,00
1	Máquina de bovinas Micky Sharpz	250,00	250,00
1	Fuente de poder digital	500,00	500,00
2	Fuente de poder manual	100,00	200,00
1	Esterilizador	200,00	200,00
1	Ultrasonido	350,00	350,00
3	Espejos	60,00	180,00
2	Lámparas luz blanca	20,00	40,00
1	Pedal	20,00	20,00
1	Clipcord	10,00	10,00
1	Ventilador	80,00	80,00
1	Extinguidor	200,00	200,00
SUBTOTAL			3.580,00
TOTAL			3.580,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.2.1.3. Muebles de Oficina.

Corresponde a los muebles asignados a las dependencias operativas de la empresa.

Muebles de Oficina
CUADRO 54

Muebles de oficina			
Cantidad	Detalle	V. Unit.	Total
2	Escritorios con luz interna	200,00	400,00
1	Archivador	250,00	250,00
2	Sillas giratorias	60,00	120,00
1	Camilla de tatuar	150,00	150,00
1	Contenedor de madera	100,00	100,00
1	Sillón de espera	100,00	100,00
2	Vitrinas de aluminio	150,00	300,00
1	Mueble de caja	250,00	250,00
2	Taburetes	60,00	120,00
SUBTOTAL			1.790,00
TOTAL			1.790,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.2.1.4. Equipo de Oficina y Computación.

El equipo de oficina y computación considerado, permitirá el cumplimiento de las actividades diarias.

Equipo de Oficina

CUADRO 55

EQUIPOS DE OFICINA			
Cantidad	Detalle	V. Unit.	Total
1	Equipo de computación	1.000,00	1.000,00
1	Impresora	60,00	60,00
1	Cámara digital	200,00	200,00
SUBTOTAL			1.260,00
TOTAL			1.260,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.2.2. Activos Diferidos.

Los activos diferidos constituyen un gasto orientado al montaje, puesta en marcha, y constitución de la empresa, se detallan los costos aproximados ello.

Gastos Preoperativos

CUADRO 56

GASTOS PREOPERATIVOS			
Cantidad	Detalle	V. Unit.	Total
1	Estudio, diseños y adecuaciones	1.000,00	1.000,00
1	Gastos de constitución	500,00	500,00
1	Registro y permisos funcionamiento.	500,00	500,00
SUBTOTAL			2.000,00
TOTAL			2.000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.2.3. Capital de Trabajo.

El capital de trabajo propuesto cubre un lapso de tres meses, tiempo que permitirá que la empresa pueda promocionar su marca en el mercado y tenga un flujo de efectivo que le permita continuar su actividad normal.

Capital de Trabajo

CUADRO 57

CAPITAL DE TRABAJO TRIMESTRAL			
Cantidad	Detalle	V. Unit.	Total
1	Materiales directos	237,50	237,50
1	Mano de obra directa	1.999,80	1.999,80
1	Materiales indirectos	855,25	855,25
1	Suministros	360,00	360,00
1	Gastos de Administración y Ventas	1.616,36	1.616,36
1	Gastos Promoción y Publicidad	300,00	300,00
SUBTOTAL			5.368,91
TOTAL			5.368,91

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.2.4. Resumen de la Inversión.

La Inversión Total del Proyecto asciende a 14.198.91 dólares, mismos que serán cubiertos con capital propio y crédito de terceros, cada uno con un 50% de participación.

Resumen de la Inversión

CUADRO 58

RESUMEN INVERSION	
Detalle	Inversión
Arriendo mensual	200,00
Equipos de Oficina	1.260,00
Maquinaria y equipos	3.580,00
Muebles de Oficina	1.790,00
Gastos pre operativos	2.000,00
Capital de trabajo Trim.	5.368,91
TOTAL	14.198,91

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.3. Ingresos.

5.3.1. Ingresos Proyectados.

Considerando los niveles de producción y comercialización estimados durante los cinco años de vida del proyecto, podemos indicar que para el primer año se ha previsto comercializar 1040 tatuajes a un precio medio de 30,00 Usd., lo que da como resultado un ingreso anual de 31.200,00 dólares.

Los 1040 tatuajes es el resultado de multiplicar 4 tatuajes diarios promedio por 260 días laborados al año.

En cuanto a los precios establecidos, se ha previsto iniciar con un precio de 30,00 Usd., ya que este es el valor considerado como medio para realizar tatuajes grandes, medianos y pequeños de alta calidad y diseño exclusivo, mismo que en el tercer año se incrementaría en un 20%, es decir pasaría a 36,00 Usd., y en el quinto año un incremento del 20%, pasando a un precio de venta de 43,20 Usd.

Variación de Precios durante la vida del Proyecto

CUADRO 59

VARIACION DE PRECIOS DURANTE LA VIDA DEL PROYECTO						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio de venta		30,00	30,00	36,00	36,00	43,20

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Se ha considerado mantener estable los niveles de producción anual, durante la vida del proyecto se ha previsto producir 1040 unidades, resultado de producir cuatro tatuajes promedio diarios durante doscientos sesenta días laborados al año, pensando más en la exclusividad y la calidad que en la cantidad. Lo que significa captar menos del 20% de la demanda insatisfecha anual.

Consecuentemente, se espera que los ingresos y egresos proyectados, arrojen los resultados expuestos a continuación.

Ingresos Proyectados

CUADRO 60

INGRESOS PROYECTADOS DURANTE LA VIDA DEL PROYECTO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cantidad	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00
Precio	30,00	30,00	36,00	36,00	43,20
Ingresos por año	31.200,00	31.200,00	37.440,00	37.440,00	44.928,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.4. Egresos

5.4.1. Costos y Gastos de Producción. (Operación)

Los costos y gastos de producción se encuentran conformados por todos los valores que forman parte del proceso productivo tales como; materia prima, mano de obra y gastos generales de fabricación.

A partir del segundo año se considera que los costos de producción se verán afectados como consecuencia de la inflación anual, por lo que se ha considerado una inflación del 3%, de conformidad con los datos del Banco Central del Ecuador; se exceptúa de esta variación los costos de mano de obra, por considerar que el grado de afectación porcentual histórico ha sido cercano al 10% anual; por lo que para los efectos de análisis se ha considerado una variación en dicho porcentaje.

Los gastos de promoción y publicidad se han incrementado en un 5%, ya que se hace necesario posesionar la marca en el mercado local, provincial y regional.

5.4.2. Materia Prima Directa.

Materia Prima Directa

CUADRO 61

Cantidad	Detalle	V. Total
	Materia prima	
12	onzas de pigmento	80,00
3	onzas de solvente de tinta	15,00
	Materia Prima	95,00
	Materiales Indirectos	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Costo Materia Prima Directa
CUADRO 62

COSTO MATERIA PRIMA DIRECTA			
TATUAJE			
Materiales	Descripción	Costo diario	Costo Anual
Directos	Materia Prim	14,62	3.800,00
Total Materiales Directos			3.800,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

CUADRO 63

Materiales Directos					
		3,00%	3,00%	3,00%	3,00%
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cantidad Prod.	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00
Materiales Directos	3,65	3,763	3,876	3,993	4,112
Total	3.800,00	3.914,00	4.031,42	4.152,36	4.276,93

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.4.3. Mano de Obra Directa.

Mano de Obra Directa
CUADRO 64

Función	Cant.	Sueldo	Aportes IESS 11,15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva 8,33%	Valor mes	Valor anual	Valor total anual
			11,15%						
Tatuador	1	500	55,75	41,67	27,53	41,65	666,60	7.999,20	7.999,20

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

CUADRO 65

10%10%10%10%					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cantidad Prod.	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00
Mano de Obra Directa	7,69	8,461	9,307	10,237	11,261
Total	7.999,20	8.799,12	9.679,03	10.646,94	11.711,63

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.4.4. Costos Indirectos de Fabricación.

Materia Prima Indirecta

CUADRO 66

COSTO MATERIA PRIMA INDIRECTA					
Materiales	Descripción	Unidades prod Mensual	Valor U.	Costo diarios	Costo Anual
Indirectos	Tatuajes	87	-	13,16	3.421,00
Total Materiales Indirectos					3.421,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO 67

Materiales Indirectos	3,00%		3,00%	3,00%	3,00%
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cantidad Prod.	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00
Materiales Indirectos	3,29	3,388	3,490	3,594	3,702
Total	3.421,00	3.523,63	3.629,34	3.738,22	3.850,37

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Costos Generales de Fabricación

CUADRO 68

Costos Generales de Fabricación	3,00%		3,00%	3,00%	3,00%
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cantidad Prod.	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00	1.040,00
Costos Generales de Fabricación	1,38	1,426	1,469	1,513	1,558
Total	1.440,00	1.483,20	1.527,70	1.573,53	1.620,73
Costo Total de Producción	16.660,20	17.719,95	18.867,49	20.111,04	21.459,66

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.4.5. Costo total y unitario de producción

CUADRO 69

COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Descripción	Total Anual
Materiales Directos	3.800,00
Materiales Indirectos	3.421,00
Mano de Obra Directa	7.999,20
Mano de Obra Indirecta	-
Suministros	1.440,00
Total	16.660,20
Unidades de Producción Anual	1.040,00
Costo Unitario de Producción	16,02

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.4.6. Gastos Administrativos y de Ventas.

En los Gastos Administrativos y de Ventas constan los costos de mano de obra de quienes están relacionados con actividades administrativas y de ventas, en los valores señalados constan ya los beneficios laborales, en la proyección anual se propone un incremento anual del 10% debido a las variaciones salariales históricas anuales, que se aproximan a este valor.

Gastos Administrativos

CUADRO 70

Función	Cant.	Sueldo	Aportes IESS 11,15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva 8,33%	Valor mes	Valor anual	Valor total anual
Administrador	1	600	66,90	50,00	27,53	49,98	794,41	9.532,96	9.532,96

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.4.7. Servicios Básicos.

Se estiman aquellos costos que permitirán un adecuado funcionamiento de la empresa en todas sus áreas funcionales.

**Servicios Básicos
CUADRO 71**

Suministros			
Detalle	V. Unit.	Total	Anual
Energía Eléctrica	1,00	50,00	600,00
Agua potable	1,00	30,00	360,00
Teléfono	1,00	40,00	480,00
SUBTOTAL			1.440,00
TOTAL			1.440,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.4.8. Promoción y Publicidad.-

Los gastos de promoción y publicidad consideran valores que se incurrirán al realizar una campaña de promoción de la marca mediante el uso de Internet y redes sociales.

**Gasto Promoción y Publicidad
CUADRO 72**

GASTOS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD				
Detalle	Cant.	Valor	Total	Anual
Internet.	1	100,00	100,00	1.200,00
TOTAL				1.200,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.4.9. Gastos Financieros.

Los gastos financieros corresponden a los intereses anuales generados por el préstamo bancario.

**Proyección Gastos Financieros
CUADRO 73**

GASTOS FINANCIEROS					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses	1.261,34	1.063,66	827,30	544,71	206,84
Total	1.261,34	1.063,66	827,30	544,71	206,84

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.4.10. Financiamiento.

La implementación y funcionamiento de la propuesta, requiere de un aporte de terceros, para el caso se ha considerado un crédito productivo por el valor de 7099,00 a una tasa de interés del 22% anual.

Tabla de Amortización

CUADRO 74

FECHA DE OPERACIÓN			01-ene.-14
MONTO OPERACIÓN			7.455,71
Cuota Inicial (solo si aplica)			-
Capital (Monto a financiar)			7.456
TASA INTERÉS ANUAL			22,00%
PLAZO (MESES)			60
Período de gracia			-
Período financiamiento			60
Capitalizaciones			12
Tasa de intereses período de cap.			1,50%
CUOTA MENSUAL			189,33

CUADRO 75

CUOTA N°	FECHA	SALDO INICIAL	CUOTA MENSUAL	INTERÉS	ABONO CAPITAL	SALDO FINAL
1	feb-14	\$ 7.455,71	189,33	111,84	77,49	7.378,21
2	mar-14	\$ 7.378,21	189,33	110,67	78,65	7.299,56
3	abr-14	\$ 7.299,56	189,33	109,49	79,83	7.219,73
4	may-14	\$ 7.219,73	189,33	108,30	81,03	7.138,70
5	jun-14	\$ 7.138,70	189,33	107,08	82,25	7.056,45
6	jul-14	\$ 7.056,45	189,33	105,85	83,48	6.972,98
7	ago-14	\$ 6.972,98	189,33	104,59	84,73	6.888,24
8	sep-14	\$ 6.888,24	189,33	103,32	86,00	6.802,24
9	oct-14	\$ 6.802,24	189,33	102,03	87,29	6.714,95
10	nov-14	\$ 6.714,95	189,33	100,72	88,60	6.626,35
11	dic-14	\$ 6.626,35	189,33	99,40	89,93	6.536,42
12	ene-15	\$ 6.536,42	189,33	98,05	91,28	6.445,14
13	feb-15	\$ 6.445,14	189,33	96,68	92,65	6.352,49
14	mar-15	\$ 6.352,49	189,33	95,29	94,04	6.258,45
15	abr-15	\$ 6.258,45	189,33	93,88	95,45	6.163,00
16	may-15	\$ 6.163,00	189,33	92,45	96,88	6.066,12
17	jun-15	\$ 6.066,12	189,33	90,99	98,33	5.967,79
18	jul-15	\$ 5.967,79	189,33	89,52	99,81	5.867,98
19	ago-15	\$ 5.867,98	189,33	88,02	101,31	5.766,67
20	sep-15	\$ 5.766,67	189,33	86,50	102,83	5.663,84
21	oct-15	\$ 5.663,84	189,33	84,96	104,37	5.559,48
22	nov-15	\$ 5.559,48	189,33	83,39	105,93	5.453,54
23	dic-15	\$ 5.453,54	189,33	81,80	107,52	5.346,02

24	ene-16	\$ 5.346,02	189,33	80,19	109,14	5.236,88
25	feb-16	\$ 5.236,88	189,33	78,55	110,77	5.126,11
26	mar-16	\$ 5.126,11	189,33	76,89	112,43	5.013,68
27	abr-16	\$ 5.013,68	189,33	75,21	114,12	4.899,56
28	may-16	\$ 4.899,56	189,33	73,49	115,83	4.783,72
29	jun-16	\$ 4.783,72	189,33	71,76	117,57	4.666,15
30	jul-16	\$ 4.666,15	189,33	69,99	119,33	4.546,82
31	ago-16	\$ 4.546,82	189,33	68,20	121,12	4.425,70
32	sep-16	\$ 4.425,70	189,33	66,39	122,94	4.302,76
33	oct-16	\$ 4.302,76	189,33	64,54	124,78	4.177,97
34	nov-16	\$ 4.177,97	189,33	62,67	126,66	4.051,32
35	dic-16	\$ 4.051,32	189,33	60,77	128,56	3.922,76
36	ene-17	\$ 3.922,76	189,33	58,84	130,48	3.792,27
37	feb-17	\$ 3.792,27	189,33	56,88	132,44	3.659,83
38	mar-17	\$ 3.659,83	189,33	54,90	134,43	3.525,40
39	abr-17	\$ 3.525,40	189,33	52,88	136,44	3.388,96
40	may-17	\$ 3.388,96	189,33	50,83	138,49	3.250,47
41	jun-17	\$ 3.250,47	189,33	48,76	140,57	3.109,90
42	jul-17	\$ 3.109,90	189,33	46,65	142,68	2.967,22
43	ago-17	\$ 2.967,22	189,33	44,51	144,82	2.822,40
44	sep-17	\$ 2.822,40	189,33	42,34	146,99	2.675,41
45	oct-17	\$ 2.675,41	189,33	40,13	149,19	2.526,22
46	nov-17	\$ 2.526,22	189,33	37,89	151,43	2.374,79
47	dic-17	\$ 2.374,79	189,33	35,62	153,70	2.221,08
48	ene-18	\$ 2.221,08	189,33	33,32	156,01	2.065,07
49	feb-18	\$ 2.065,07	189,33	30,98	158,35	1.906,72
50	mar-18	\$ 1.906,72	189,33	28,60	160,73	1.746,00
51	may-18	\$ 1.746,00	189,33	26,19	163,14	1.582,86
52	jun-18	\$ 1.582,86	189,33	23,74	165,58	1.417,28
53	jul-18	\$ 1.417,28	189,33	21,26	168,07	1.249,21
54	ago-18	\$ 1.249,21	189,33	18,74	170,59	1.078,63
55	sep-18	\$ 1.078,63	189,33	16,18	173,15	905,48
56	oct-18	\$ 905,48	189,33	13,58	175,74	729,73
57	nov-18	\$ 729,73	189,33	10,95	178,38	551,35
58	dic-18	\$ 551,35	189,33	8,27	181,06	370,30
59	ene-19	\$ 370,30	189,33	5,55	183,77	186,53
60	feb-19	\$ 186,53	189,33	2,80	186,53	0,00
			11.359,55	3.903,85	7.455,71	-

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.4.11. Depreciación y Amortización.

Los Activos Fijos pierden su valor por su uso o por obsolescencia, para compensar esta pérdida se utiliza el método de depreciación contable.

$$\text{Depreciacion} = \frac{\text{C. Historico} - \text{Valor Residual}}{\text{Vida Util}}$$

Tabla Depreciación

CUADRO 76

DEPRECIACIONES			
Bien	Valor	Vida Útil	Depreciación anual
Maquinaria y equipos	3.580,00	5	716,00
Equipos de Oficina	1.260,00	5	252,00
Muebles de Oficina	1.790,00	5	358,00
SUBTOTAL			1.326,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.4.12. Estados Proforma.

5.4.12.1. Estado de Situación Financiera.

Toda empresa tiene un punto de partida que se refleja en un balance contable, el cual se denomina Estado de Situación Inicial.

Estado de Situación Inicial

CUADRO 77

Estado de Situación Inicial					
ACTIVO			PASIVO		
CIRCULANTE					
Capital de Trabajo	6.081,41		Préstamo Terceros	7.455,71	
Gastos preoperacionales	2.000,00				
Total Activo Circulante			Impuestos por pagar		
		8.081,41			7.455,71
ACTIVO FIJO			PATRIMONIO		
AAAA	200,00		Capital Propio	7.455,71	
Equipos de Oficina	1.260,00		Utilidad Neta Acumulada		
Vehículo	-				7.455,71
Maquinaria	3.580,00				
Muebles de Oficina	1.790,00				
Total Activo Fijo		6.830,00			
TOTAL ACTIVOS		14.911,41			14.911,41

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.4.13. Balance de Resultados.

Considerando los supuestos anteriormente mencionados se proyecta el estado de rentas y gastos por el lapso de cinco años, en él se puede observar los principales conceptos de ingresos y egresos, así como sus montos.

Estado de Resultados

CUADRO 78

ESTADO DE RENTAS Y GASTOS						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		31.200,00	31.200,00	37.440,00	37.440,00	44.928,00
Costo de Ventas		16.660,20	17.719,95	18.867,49	20.111,04	21.459,66
Utilidad Bruta en Venta		14.539,80	13.480,05	18.572,51	17.328,96	23.468,34
Gastos de Administración y Ventas	0	6.465,44	6.465,44	6.465,44	6.465,44	6.465,44
Gastos de Promoción y Publicidad	0,05	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Intereses y amortización préstamo		2.271,91	2.271,91	2.271,91	2.271,91	2.271,91
Utilidad Antes de Part. Trabajador		4.602,45	3.482,70	8.512,16	7.202,46	13.272,38
Participación Trabajadores 15%		690,37	522,40	1.276,82	1.080,37	1.990,86
Utilidad antes de Impuestos		3.912,08	2.960,29	7.235,34	6.122,09	11.281,52
Impuesto a la Renta	0,22	860,66	651,26	1.591,77	1.346,86	2.481,94
Utilidad Neta		3.051,42	2.309,03	5.643,56	4.775,23	8.799,59
Utilidad Acumulada		3.051,42	5.360,45	11.004,02	15.779,24	24.578,83

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Flujo de Caja

CUADRO 79

FLUJO DE CAJA						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		31.200,00	31.200,00	37.440,00	37.440,00	44.928,00
Costo de Ventas		16.660,20	17.719,95	18.867,49	20.111,04	21.459,66
Gastos Administrativos y de Ventas		6.465,44	6.465,44	6.465,44	6.465,44	6.465,44
Gastos de Promoción y Publicidad		1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Depreciaciones		1.326,00	1.326,00	1.326,00	1.326,00	1.326,00
Intereses y Amortización Préstamo		2.271,91	2.271,91	2.271,91	2.271,91	2.271,91
Utilidades Antes de Part. Trabajadores		3.276,45	2.156,70	7.186,16	5.876,46	11.946,38
Participación Trabajadores 15%		491,47	323,50	1.077,92	881,47	1.791,96
Utilidad antes de Impuestos		2.784,98	1.833,19	6.108,24	4.994,99	10.154,42
Impuesto a la Renta 22%	0,22	612,70	403,30	1.343,81	1.098,90	2.233,97
Utilidad Neta		2.172,29	1.429,89	4.764,43	3.896,09	7.920,45
Depreciaciones		1.326,00	1.326,00	1.326,00	1.326,00	1.326,00
Inversión	(8.830,00)					
Capital de Trabajo	(6.081,41)					
FLUJO DE CAJA	(14.911,41)	3.498,29	2.755,89	6.090,43	5.222,09	9.246,45

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.5. Costo De Oportunidad y Tasa Mínima Aceptable De Rendimiento.

El costo de oportunidad está dado por el rendimiento financiero que generaría la inversión del capital propio, que equivale al 50% de la inversión total, a una tasa de interés del 8,17%, que es la tasa activa referencial del Banco Central, que da un rendimiento financiero de 580,03 dólares anuales.

El 50% de la inversión restante, corresponde al crédito obtenido de una institución financiera a la tasa del 22% de interés anual, que causa un costo financiero de 1.561,88 dólares.

Costo de Oportunidad

CUADRO 80

COSTO DE OPORTUNIDAD				
Fuente	Valor	%	Tasa de Ponderación	Valor Ponderado
Capital Propio	7.099,46	50%	8,17%	4,09%
Crédito terceros	7.099,46	50%	22,00%	11,00%
	14.198,91	100%		15,09%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

La tasa de interés anual ponderada que corresponde al costo de oportunidad de la inversión es el 15,09% bajo las condiciones anotadas, costo de oportunidad mínimo que deberá generar la inversión.

Si consideramos una tasa de inflación anual promedio del 3%, la tasa mínima aceptable de rendimiento sería:

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Datos:

Coste del Capital = 15.09

Inflación = 0.03

TMAR = Costo del Capital + Inflación

TMAR = 0,1509 + 0,03

TMAR = 0,1809

TMAR = 18,09%

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento corresponde a aquella que permite cubrir el costo del capital más la inflación anual, para el presente caso es del 18,09%.

5.5.1. Evaluación De La Inversión.

5.5.1.1. Valor Presente Neto o (VPN).

El Valor Presente Neto permite determinar el valor presente de los flujos futuros de efectivo y evaluar la inversión del capital utilizado en éste período, para lo cual se utilizara una tasa de redescuento del 16.67%.

Cálculo del Valor Actual Neto

CUADRO 81

FLUJO DE CAJA						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		31.200,00	31.200,00	37.440,00	37.440,00	44.928,00
Costo de Ventas		16.660,20	17.719,95	18.867,49	20.111,04	21.459,66
Gastos Administrativos y de Ventas		6.465,44	6.465,44	6.465,44	6.465,44	6.465,44
Gastos de Promoción y Publicidad		1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Depreciaciones		1.326,00	1.326,00	1.326,00	1.326,00	1.326,00
Intereses y Amortización Préstamo		2.271,91	2.271,91	2.271,91	2.271,91	2.271,91
Utilidades Antes de Part. Trabajadores		3.276,45	2.156,70	7.186,16	5.876,46	11.946,38
Participación Trabajadores 15%		491,47	323,50	1.077,92	881,47	1.791,96
Utilidad antes de Impuestos		2.784,98	1.833,19	6.108,24	4.994,99	10.154,42
Impuesto a la Renta 22%	0,22	612,70	403,30	1.343,81	1.098,90	2.233,97
Utilidad Neta		2.172,29	1.429,89	4.764,43	3.896,09	7.920,45
Depreciaciones		1.326,00	1.326,00	1.326,00	1.326,00	1.326,00
Inversión	(8.830,00)					
Capital de Trabajo	(6.081,41)					
FLUJO DE CAJA	(14.911,41)	3.498,29	2.755,89	6.090,43	5.222,09	9.246,45
	15.348,77				TIR	19,17%
VAN	\$ 437,36					
FLUJO DE CAJA	(14.911,41)	3.498,29	2.755,89	6.090,43	5.222,09	9.246,45
Periodo de recuperación	(14.911,41)	(11.413,12)	(8.657,23)	(2.566,81)	2.655,28	11.901,73
Tasa de descuento (TMAR)	18,09%					

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

$$VAN = \Sigma FNA - Inversión$$

$$VAN = 15.348,77 - 14.911,41$$

$$VAN = 437,36$$

El Valor Presente Neto es mayor a cero por lo tanto el proyecto es factible de ejecutarse. Invertir 14.198,91 Usd. En este proyecto permitirá que en el lapso de 5 años obtenga un flujo de caja actualizado de 15.348,77 Usd, que representa un superávit sobre la inversión general realizada.

5.5.2. Tasa Interna de Retorno (TIR).

El TIR permite determinar la tasa de redescuento a la cual el VAN es igual a cero.

Tasa Interna de Retorno

CUADRO 82

CALCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO			
AÑO	FLUJO DE CAJA	TASA REDESC. 1	TASA REDESC. 2
		18,09%	19,17%
1	3.498,29	2.962,39	2.935,54
2	2.755,89	1.976,22	1.940,57
3	6.090,43	3.698,35	3.598,71
4	5.222,09	2.685,29	2.589,27
5	9.246,45	4.026,33	3.847,16
		15.348,59	14.911,44
INVERSION INICIAL		(14.911,41)	(14.911,41)
VAN		437,18	0,03

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Su fórmula es:

$$\text{TIR} = \text{Tasa Inf.} + (\text{T. Sup.} - \text{T. Inf.}) \frac{\text{VPN Tasa Inf.}}{\text{VPN Tasa Inf.} - \text{VPN Tasa Sup.}}$$

$$\text{TIR} = 19,17\%$$

De acuerdo con el resultado la Tasa Interna de Retorno es del 19,17.88%, misma que es superior a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento del 18,09%, lo que permite concluir que el proyecto se considera factible, siempre que las condiciones se encuentren dentro de los escenarios planteados.

5.5.3. Período de Recuperación de la Inversión (PRI).

El siguiente cuadro indica el periodo en el que se recupera la inversión, para ello es necesario que los flujos anuales sean positivos.

Período de Recuperación de la Inversión

CUADRO 83

CÁLCULO DEL PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN						
AÑO	TASA REDESC.	18,09%	FLUJO ACUM.	DIFERENCIA	FLUJO INGRESOS DÍA	DÍAS RECUPERACIÓN
	FLUJO DE CAJA	VALORES ACT,				
1	3.498,29	2.962,39	(11.949,02)			
2	2.755,89	1.976,22	(9.972,80)			
3	6.090,43	3.698,35	(6.274,45)			
4	5.222,09	2.685,29	(3.589,15)			
5	9.246,45	4.026,33	437,18	3.589,15	12,90	278,12
		15.348,77		DÍAS LAB. MES		26
INVERSIÓN INICIAL		(14.911,41)		MESES APROX.		10,70
VAN		437,36	TIEMPO DE RECUPERACIÓN 4 AÑOS 11 MESES			

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Con los datos del flujo de fondos, se puede concluir que la inversión se recuperará en tres años tres meses.

5.5.4. Relación Beneficio Costo.

Esta relación permite evaluar como retornan los ingresos en función de los egresos, para lo cual se utilizan los valores actualizados de los flujos de caja de ingresos y egresos proyectados durante la vida del proyecto.

Si B/C es mayor que 1, tenemos un adecuado retorno de la inversión.

Si B/C es menor que 1, no existe un adecuado retorno de la inversión.

Si el B/C es igual a 1, representa que la inversión realizada es indiferente considerando el retorno de la inversión, es decir el proyecto no es aceptable ya que equivaldría a no haber hecho nada.

Para el cálculo de la relación Beneficio Costo se utiliza la siguiente fórmula:

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

Relación Costo Beneficio Ingresos y Egresos Actualizados

CUADRO 84

RELACION COSTO BENEFICO INGRESOS ACTUALIZADOS/ EGRESOS ACTUALIZADOS							
PERIODOS		1	2	3	4	5	VALOR ACUM. ACTUAL
Ingresos		31.200,00	31.200,00	37.440,00	37.440,00	44.928,00	
Egresos		29.027,71	29.770,11	32.675,57	33.543,91	37.007,55	
Tasa de Redescuento	18,09%						
Ingresos Deflactados		26.420,53	22.373,21	22.735,08	19.252,33	19.563,72	110.344,87
Egresos Deflactados		24.581,01	21.347,85	19.841,93	17.248,89	16.114,79	99.134,47

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

$$B/C = \frac{110.344,87}{95.134,47}$$

$$B/C = 1,11$$

La Relación B/C es de 1,11 Usd., es decir que por cada unidad de dólar invertido la rentabilidad que se obtiene es del 0,11 ctvs. Lo que significa que para este caso el cálculo del Beneficio/Costo es mayor que uno, por lo que existe retorno de la inversión.

5.5.5. Punto de Equilibrio.

El Punto de Equilibrio, es aquel nivel en donde los ingresos son iguales a los costos, sirve como referencia para establecer el nivel de ventas en unidades y en cantidad para comenzar a generar utilidades. A continuación se presenta el punto de equilibrio del proyecto para el primer año.

Datos del Punto de Equilibrio

CUADRO 85

PUNTO DE EQUILIBRIO						
Detalle	Costo Variable Unit.	Precio de Vta.	Producción Anual	CVU/PV	1- (CVU/PV)	Ventas Totales
Tatuajes	16,0194	30,00	1.040,00	0,6408	0,36	31.200,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cálculo del Punto de Equilibrio

CUADRO 86

PUNTO DE EQUILIBRIO	
PE = CF/1-(CVU/PV)	
PE\$ = Punto de equilibrio en dólares	32.550,20
CF = Costos Fijos	11.692,78
CP = Total Contribución Ponderada	36%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Para el cálculo del punto de equilibrio se consideró la siguiente formula:

$$P.E. = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Precio de Venta}}}$$

Para que el proyecto encuentre un equilibrio económico es necesario que se generen ingresos por 24.811,35 Usd., para que no existan ni perdidas ni ganancias.

Cuadro Resumen de Indicadores de Evaluación Financiera

CUADRO 87

RESUMEN DE INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA	
VPN	437,18
TIR	19,17%
B/C	1,11

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ESTRATÉGICA.

La presente propuesta tiene por finalidad establecer los lineamientos organizacionales y administrativos de Ufo Club Tattoo.

6.1. Razón Social.

Ufo Club Tatoo será la razón social de la empresa de tatuaje artístico, localizada en la ciudad de Ibarra, la representación legal la tendrá un administrador que en el presente caso es propietario de empresa.

6.2. Logo Institucional

El logo elegido está basado en un Ufo que en Inglés significa objeto volador no identificado (OVNI), este logo fue muy reconocido en la década de los 60 en Londres, era un pequeño bar en donde se presentaban varios grupos de música rock, y se lo tomó en cuenta porque se considera como una cábala debido a que hoy en día las mejores bandas a nivel mundial de este estilo de música dieron sus primeros pasos ahí y hoy han tenido grandes éxitos.

GRÁFICO 24



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

6.3. Base Filosófica.

6.3.1. Misión.

Constituye la razón de ser de la organización.

Sera Misión de Ufo Club Tatoo “Permitir que la juventud imbabureña eternice aquellos recuerdos o momentos o recuerdos que marcaron su existencia, mediante tatuajes exclusivos”

6.3.2. Visión.

La Visión es el horizonte que se pretende alcanzar

“En el plazo de cinco años, Ufo Club Tattoo será una empresa referente en el norte del País en el diseño y grabación de tatuajes, por su exclusividad en el diseño, calidad en su grabado, personal altamente capacitado”.

6.3.3. Valores Corporativos.

Los valores corporativos que orientarán la gestión de Ufo Club Tatoo, y por tanto formarán parte de la cultura organizacional, son.

6.3.1.1. Ética.- Observar y cumplir las reglas y normas que dicta la sociedad y la empresa como institución.

6.3.1.2. Honestidad.- Respeto a los derechos y bienes de las personas, clientes, empleados y proveedores.

6.3.1.3. Compromiso.- Personal e Institucional con la calidad y con los clientes internos y externos.

6.3.1.4. Cumplimiento.- Cumplimiento de compromisos personales e institucionales en los plazos acordados.

6.3.1.5. Trabajo en equipo.- Solución de problemas de forma ágil y oportuna mediante el trabajo en equipo.

6.3.4. Objetivo General de la Empresa.

Posicionarse en el mercado Ibarreño como una empresa de calidad en el diseño y grabado de tatuajes, innovando procesos, productos y servicios que satisfagan los requerimientos del cliente.

6.3.5. Políticas.

Políticas de Ufo Club Tatoo,

6.3.5.1. Trabajar con materia prima de primera calidad, cuidar que sus procesos cumplan con las más altas normas de calidad y asepsia y satisfagan los requerimientos de sus clientes.

6.3.5.2. Proporcionar un ambiente y experiencia agradable a sus clientes.

6.3.5.3. Promover el crecimiento, desarrollo y competitividad de la empresa.

6.4. Organigrama Estructural.

El organigrama de una empresa permite conocer en forma gráfica los niveles organizacionales, las unidades departamentales, sus canales de comunicación, el nivel de autoridad y responsabilidad que le corresponde a cada una de ellas.

6.4.1. ORGANIGRAMA DE UFO CLUB



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Ufo Club Tattoo

Manual de Funciones

Contenido

OBJETIVO Y ALCANCE

Objetivo.- Identificar las principales funciones y responsabilidades de cada cargo, así como su perfil.

Alcance.- Abarca el personal de la organización en todos sus niveles organizacionales.

Funciones de las unidades organizacionales

1. Administración

1.1. Administrador

2. Producción

2.1. Diseño y Tatuado

2.1.1. Tatuador

Objetivo.-

El manual de funciones es una herramienta administrativa que permite conocer las características más importantes de cada uno de los puestos que conforman la organización.

Alcance.-

El presente manual de funciones comprende el nivel administrativo y operativo para desarrollar el proyecto.

6.4.1.1. Administrativo

CUADRO 88

NIVEL	Administrativo
CODIGO DEL CARGO	1.1
DENOMINACION	Administrador

OBJETIVO DEL PUESTO:

Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar las diferentes actividades de la empresa.

Brindar apoyo administrativo de recepcionista para la buena marcha institucional.

FUNCIONES BASICAS DEL CARGO:

- ✓ Representar a la empresa en todos sus ámbitos.
- ✓ Dirigir y controlar la gestión de la empresa.
- ✓ Planificar las actividades de la empresa, en coordinación con sus integrantes.
- ✓ Cumplir y hacer cumplir el marco legal que regula la gestión de la empresa.
- ✓ Formular el plan estratégico y plan operativo anual.
- ✓ Establecer objetivos y metas empresariales.
- ✓ Velar por la buena marcha administrativa de la empresa.

REQUISITOS:

EDUCACION:

- ✓ Formación profesional en administración de empresas, contabilidad y/o finanzas.

EXPERIENCIA:

- ✓ Dos años en actividades similares.

OTROS:

- ✓ Visionario
- ✓ Proactivo
- ✓ Capacidad de Negociación
- ✓ Compromiso Institucional

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Jefe de Producción y Planta.

CUADRO 89

NIVEL	Operativo
CODIGO DEL CARGO	4.1.1
DENOMINACION	Tatuador

OBJETIVO DEL PUESTO:

Realizar diseños y tatuajes de calidad

FUNCIONES BASICAS DEL CARGO:

- ✓ Asesorar al cliente antes, durante y después de realizar los tatuajes.
- ✓ Realizar los diseños con las condiciones establecidas por el cliente.
- ✓ Esterilizar las áreas del estudio de tatuajes.
- ✓ Esterilizar el equipo y herramientas que se utilizan.
- ✓ Realizar el aseo y desinfección de las áreas del estudio.
- ✓ Preparar el área para tatuar, los implementos, insumos y materiales necesarios para realizar un tatuaje.
- ✓ Preparar al cliente para realizar el tatuaje.
- ✓ Realizar el transfer para colocar en la piel del cliente.
- ✓ Realizar el tatuaje.

REQUISITOS:

EDUCACION:

- ✓ Formación en diseño artístico.

EXPERIENCIA:

- ✓ En diseñar y realizar tatuajes.

OTROS:

- ✓ Iniciativa y creatividad.
- ✓ Habilidad para planificar, organizar y evaluar su trabajo.
- ✓ Actitud para relacionarse y trabajar en equipo.
- ✓ Facilidad para comunicarse.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

6.4.2. Requisitos Legales de Funcionamiento.

Como resultado de las investigaciones realizadas en la Muy Ilustre Municipalidad de Ibarra, y acudiendo a las respectivas unidades departamentos, se pudo concluir que no existe ningún tipo de impedimento para la puesta en marcha de una empresa de esta naturaleza.

6.4.3. Permiso Anual de Funcionamiento.

Los locales donde se presten servicios de cosmetología y estética en general, lugares donde se realizan modificaciones del cuerpo y que están sujetos al pago del Permiso de Funcionamiento, deben obtenerlo anualmente Los requisitos se detallan a continuación:

- Solicitud del Permiso de Funcionamiento
- Copia de Cédula de Ciudadanía y Certificado de Votación del propietario
- Copia del Ruc o RISE del Servicio de Rentas Internas
- Patente Municipal
- Copia del Permiso del Cuerpo de Bomberos
- Permiso de Salud

Los Permisos Anuales de Funcionamiento se renuevan cada año y estos requisitos rigen solo cuando se va a sacar el P.A.F por primera vez. Para la renovación anual se necesita el comprobante de pago del permiso del año anterior y la cancelación del costo de la tasa para el presente año, el cual es de 15\$ según lo indica la clasificación emitida por la Intendencia de Policía de Imbabura.

6.4.4. Requisitos para la obtención del (RUC).

- Formulario Ruc 01-A Firmado por el representante Legal.
- Original y copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el registro mercantil.

- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la superintendencia de compañías.
- Original y copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia del contrato de arrendamiento.

6.4.5. Inscripción en el Registro de Actividades Económicas Sociedades (IMI).

- Ruc.
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Cédula de identidad y certificado de votación del representante legal.
- Nombre completo del dueño de casa donde funcionara la actividad económica.
- Escritura de constitución.
- Permiso del cuerpo de bomberos

6.4.6. Requisitos para la obtención de la patente municipal por primera vez.

- Copia de cedula y certificado de votación.
- Escrituras del área física.
- Copia del (RUC).
- Declaración juramentada del inicio de la actividad económica empresarial.
- Copia de la cédula de identidad del representante legal.

Inscripción.

6.4.7. Requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento y el registro sanitario certificado por el Ministerio de Salud Pública.

- Llenar la solicitud de permiso de funcionamiento.

- Reunir la documentación necesaria para ingresar junto con la solicitud.
- Al ingresar la solicitud y documentación, se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- Entrega del informe final.
- Estudio y emisión del permiso de funcionamiento, con una vigencia máxima de un año.
- Permiso de la intendencia
- Ficha de inspección
- Copia del registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario del establecimiento
- Permiso del cuerpo de bomberos
- Copia del certificado de Salud conferidos por Centros de Salud del (MSP)
- Pago de tasa.

6.4.8. Seguimiento y Monitoreo.

En cada una de las fases del trabajo, las decisiones estarán tomadas de manera oportuna basada en información gerencial y en datos actualizados para que el desarrollo de la empresa sea óptimo. El administrador con el apoyo del contador realizará el seguimiento y evaluación de la inversión, aplicando medidas correctivas cuando sean necesarias.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

Los impactos y efectos que tendrá la aplicación de la presente propuesta en la Empresa se calificará de acuerdo a diferentes indicadores de acuerdo a la siguiente escala:

- 3 Impacto Negativo Alta
- 2 Impacto Negativo Medio
- 1 Impacto Negativo Bajo
- 0 No hay impacto
- 1 Impacto Positivo Bajo
- 2 Impacto Positivo Medio
- 3 Impacto Positivo Alto

Luego de la calificación de los indicadores se calculará el nivel general de impacto mediante la siguiente fórmula:

$$NI = \frac{\sum}{n}$$

NI = Nivel de Impacto

\sum = Sumatoria de calificaciones

N = Número de indicadores

Los principales impactos a analizarse en la aplicación del presente proyecto serán:

Impacto Social

Impacto Económico

Impacto Empresarial

Impacto Educativo

7.1. IMPACTO SOCIAL

Impacto social

CUADRO 90

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Calidad de Vida						X	
Estabilidad Laboral						X	
Generación de Empleo					X		
TOTAL:					1	4	

$$NI = \frac{5}{3} = 1.66 \text{ aprox. } 2$$

Nivel de Impacto Social = Positivo Medio

7.1.1. Análisis

El impacto social de la implementación del proyecto será positivo medio.

Calidad de Vida.- Este indicador tiene un nivel de impacto positivo medio ya que mediante su aplicación se logrará mayor bienestar y satisfacción, lo cual conlleva al mejoramiento de la calidad de vida tanto del cliente como del inversionista.

Estabilidad Laboral.- El nivel de impacto de éste indicador es positivo medio ya que al tener su propia fuente de trabajo e ingresos le confiere un nivel de estabilidad laboral y emocional.

Generación de Empleo.- No solamente crea su fuente de trabajo, sino que adicionalmente le permite crear y fomentar fuentes de empleo para personas relacionadas con este tipo de actividad.

7.2. IMPACTO ECONÓMICO

Impacto económico

CUADRO 91

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Rentabilidad						X	
Posibilidades de Financiamiento						X	
Nivel de Ingresos						X	
TOTAL:						6	

$$NI = \frac{6}{3} = 2$$

Nivel de Impacto Económico = Positivo Medio

7.2.1. Análisis

El impacto económico que tendrá el proyecto será Positivo Medio.

Rentabilidad.- Este indicador tiene un nivel de impacto positivo medio, de conformidad con los resultados financieros se puede observar que la oportunidad permite generar niveles de ingresos y rentabilidad aceptables .

Posibilidades de Financiamiento.- De conformidad con los resultados financieros el proyecto es factible, lo cual le confiere la posibilidad de lograr financiamiento por parte de entidades financieras, lo cual es positivo ya que podemos contar con recursos externos que nos generará beneficio.

Nivel de Ingresos.- El nivel de impacto será positivo medio ya que el nivel de ingresos aumentará gradualmente de conformidad con un mayor nivel de ingresos por ventas.

7.3. IMPACTO EMPRESARIAL

Impacto empresarial

CUADRO 92

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Calidad de Servicio							X
Organización y Control							X
Eficiencia Administrativa							X
TOTAL:							9

$$NI = \frac{9}{3} = 3$$

Nivel de Impacto Empresarial = Positivo Alto

7.3.1. Análisis

El impacto empresarial que tendrá la implementación del proyecto será Positivo Alto.

Calidad de Servicio.- Este indicador tiene un nivel de impacto positivo alto ya que permitirá que los clientes gocen de un mejor servicio y de calidad, debido a un mayor nivel de competencia.

Organización y control.- La existencia de un mayor nivel de competencia exigirá mejores niveles de organización de las empresas y mayores niveles de control por parte de quienes supervisan su funcionamiento, lo cual beneficia al cliente.

Eficiencia Empresarial.- El ser más competitivos requiere de un mayor nivel de eficiencia, mejores productos y servicios a precios razonables. Mayores beneficios para el cliente.

CONCLUSIONES

- El criterio social sobre los tatuajes está cambiando, no sólo que ya no existe rechazo al mismo, sino que por el contrario se entiende como parte de un proceso social de comunicación y libre expresión que cada día tiene mayor aceptación.
- El diagnóstico situacional, así como el estudio de mercado determinan la existencia de empresas oferentes de tatuajes, pero su calidad en diseño y tatuaje, así como sus condiciones de asepsia deben mejorar.
- El marco teórico contiene las bases teóricas y científicas que respaldan la propuesta realizada, cuenta con información sobre temas afines a la formulación de un estudio de factibilidad, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico Financiero, Administración y Tatuajes Artísticos
- El estudio de mercado identifica la existencia de un segmento de consumidores de tatuajes en crecimiento, así como la existencia de un mercado potencial que busca tatuajes exclusivos y condiciones de servicio garantizado.
- La Propuesta Técnica contempla los aspectos para la creación de la microempresa, micro y macro-localización, diseño de planta y descripción de áreas operativas de la pequeña microempresa, se realiza la descripción de instalaciones, equipos, herramientas, servicios, materias primas, entre otros.
- La evaluación financiera permite observar un escenario favorable para la ejecución del proyecto, no obstante en su desarrollo se pueden presentar variaciones de acuerdo al contexto de la industria y cambios socioeconómicos del País.

- De acuerdo a la evaluación financiera se concluye que es viable desarrollar el proyecto debido a que los costos de inversión y producción son menores a los rendimientos que se obtendrían por concepto de ventas.
- La evaluación de impactos referente a la implementación del proyecto no genera aspectos negativos, por el contrario satisface una necesidad creciente en la comunidad, generando impactos positivos medios.

RECOMENDACIONES

- Se debe aprovechar la oportunidad de un nuevo criterio social sobre los tatuajes, brindando una amplia gama de posibilidades de tatuajes en cuanto a diseño, tamaño, colores.
- Al implementar el proyecto se debe brindar un servicio de diseño y grabación de tatuajes de calidad, con la asepsia que garantice condiciones saludables y a precios competitivos.
- Las bases teóricas brindan lineamientos que orientan el desarrollo del proyecto, por lo que se hace importante su conocimiento para una mejor comprensión y ejecución del proyecto.
- Para captar el segmento de mercado de tatuajes existente en la ciudad, se debe brindar un servicio de calidad y exclusividad, que permita no solo captar el mercado existente, sino y más aún captar el mercado potencial existente.
- Se ha estudiado la macro y micro localización de la microempresa, llegando a determinar la conveniencia de que esta se localice en uno de los sectores de mayor movimiento juvenil diurno y nocturno, como es la Avenida Atahualpa y Av. Teodoro Gómez de la Torre, debido a las ventajas que el sector presenta, entre otros aspectos, su localización, su fácil acceso, aceptación de la comunidad ante el proyecto.
- A efectos de reducir los riesgos de posibles variaciones en la ejecución del proyecto, buscar alianzas estratégicas con proveedores de materia prima y equipos.

- Observar los indicadores de producción, comercialización, ingresos y egresos como un referente en la ejecución del proyecto, los resultados señalados se lograrán, siempre y cuando las condiciones señaladas puedan cumplirse, caso contrario debería reevaluarse el proyecto.
- Cuidar que en la implementación del proyecto se observen las normas de higiene y asepsias señaladas en el estudio técnico del proyecto, para evitar posibilidad de impacto negativo alguno.

BIBLIOGRAFÍA

ACEVEDO DE MENDILARSU, SÉLICA. Cuerpo y Lenguaje. Revista Uruguay de Psicología. Tomo III, Nº 1. 1982. Ed. Imago. Montevideo. Uruguay.

BACA URBINA, Gabriel. (2010) Evaluación de Proyectos. Sexta Edición Editorial. MCGRAW-HILL INTERAMERICANA Editores S.A. México D.F.

BENJAMIN, Enrique. FINCOWSKY, Franklin. (2009) Organización de Microempresas 3ra edición. Mac Graw Hill, México.

CÓRDOBA, Marcial. (2006) Formulación y Evaluación de Proyectos. Primera Edición, Ecoe. Ediciones, Colombia.

DUQUE, PEDRO. Tatuajes. El cuerpo decorado. 1996. Editorial Midons. España.

FRIEND, Graham y ZEHLE, Stefan. (2008) Plan de Negocios. Primera Edición, Editorial The Economist Argentina.

GANTHERET, FRANÇOIS. Lugar y estatuto del cuerpo en el psicoanálisis. EN: Revista Uruguay de Psicoanálisis. Montevideo, APU, 1982. n. 61

GIL, DANIEL. El cuerpo en los mitos. EN: Revista Uruguay de Psicoanálisis. Montevideo, APU, 1982. n. 61

GITMAN, Laurence J. (2007) Principios de Administración financiera. Décimo Primera Edición, Pearson Educación, México.

HITT BLACK, Michael Porter. (2009) Administración Novena Edición, Pearson Educación, México.

HORNSTEIN, LUIS Y OTROS. Piera Aulagnier: De lo originario al proyecto identificador. 1991. EN: CUERPO, HISTORIA, INTERPRETACIÓN. Ed. Paidós. Buenos Aires.

JÁCOME, Walter. (2005) Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión – CUDIC Editorial Universitaria –Ibarra Ecuador.

KOTLER, Philip. (2008) Principios de Marketing. Doceava Edición, Prentice Hall, México.

LARA FLORES, Elías. LARA RAMÍREZ, Leticia (2009) Primer Curso de Contabilidad 22ª. Ed. México. Editorial Trillas.

LE GAUFEY, GUY. El lazo especular.1998. Ed. Edelp. Buenos Aires.

LECLAIRE, SERGE. Conferencia en Apu. 1975. RUP. Nº 14. Uruguay.

NACHON, A Y SASTURAIN, D. El libro del tatuaje. Ed. Need. 1997. Argentina

PÁEZ, Roberto. N. (2008) Desarrollo de la Mentalidad Microempresarial. CODEU. Ecuador.

PARKIN, Michael. (2009) Economía Octava edición. Pearson Education de México S.A.

SARMIENTO, Rubén. (2010) CONTABILIDAD DE COSTOS, Segunda Edición Quito-Ecuador.

TORRES S., Gabriel. (2011) Contabilidad, costos y presupuestos para gestión financiera. 3ra Edición. Impresores C&C. Chile.

WINNICOTT, D.W. Objetos Transicionales y Fenómenos Transicionales. En: Realidad y Juego. 1971. E. Gedisa. Bs.As.

ZAPATA, Pedro. (2008) Contabilidad General. Sexta Edición. Editorial Mc Graw- Hill. Colombia.

LINCOGRAFÍA

<http://www.promonegocios.net/microempresa/pequena-microempresa.html>

<http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html> .

www.imbabura.gob.ec.

www.touribarra.gob.ec.

www.inec.gob.ec.

www.nbf.fin.ec

www.estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com

www.slideshare.net/danizambra/mtodos-de-localizacin-de-proyectos-deza-2-presentation-811160

ANEXOS

ANEXO N° A
ENCUESTA A POTENCIALES CONSUMIDORES



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

INSTRUMENTO N° 1

***LA PRESENTE ENCUESTA TIENE POR FINALIDAD CONOCER LA
ACEPTACIÓN DEL TATUAJE POR PARTE DE POTENCIALES
CONSUMIDORES.***

1. INDIQUE SU GENERO

Masculino ☐ ☐ **Femenino** ☐ ☐

2. INDIQUE SU EDAD

- a) De 18 a 24 años ☐
- b) De 25 a 29 años ☐
- c) De 30 a 34 años ☐
- d) Más de 34 años ☐

3. INDIQUE SU NIVEL DE EDUCACIÓN

- a) Nivel básico ☐
- b) Nivel Medio ☐
- c) Nivel Superior ☐

4. INDIQUE SU CUAL ES SU OCUPACION

- | | | | |
|------------------------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| a) Estudiante | <input type="checkbox"/> | c) Empleado | <input type="checkbox"/> |
| b) Trabajo por cuenta propia | <input type="checkbox"/> | d) Profesional | <input type="checkbox"/> |
| | | Independiente | <input type="checkbox"/> |

5. ¿CUAL ES SU GUSTO POR LOS TATUAJES?

- | | |
|-----------------|--------------------------|
| a) Me gustan | <input type="checkbox"/> |
| b) No me gustan | <input type="checkbox"/> |

6. ¿TIENE ALGUN TATUAJE EN SU CUERPO?

SI ☐ ☐ NO ☐ ☐

7. ¿SI TIENE UN TATUAJE HACE QUE TIEMPO SE LO HIZO?

- | | |
|-----------------|--------------------------|
| a) 1 Año | <input type="checkbox"/> |
| b) 2 Años | <input type="checkbox"/> |
| c) 3 Años | <input type="checkbox"/> |
| d) 4 Años | <input type="checkbox"/> |
| e) 5 a más Años | <input type="checkbox"/> |

8. ¿QUE TIPO DE TATUAJE PREFERE?

- | | |
|---------------------|--------------------------|
| f) Tribal | <input type="checkbox"/> |
| g) Oriental | <input type="checkbox"/> |
| h) Surrealista | <input type="checkbox"/> |
| i) Caricatura | <input type="checkbox"/> |
| j) Letra a Palabras | <input type="checkbox"/> |
| k) Personalizado | <input type="checkbox"/> |
| l) Otro | <input type="checkbox"/> |

ANEXO N° B
ENCUESTA COMERCIANTES



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

INSTRUMENTO N° 2

GUIA DE ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES DE ARTESANIAS
DE CERÁMICA

INSTRUCCIONES: LEA CUIDADOSAMENTE LA PREGUNTA Y MARQUE CON UNA X EN LA RESPUESTA QUE UD. CONSIDERE CORRECTA.

1. ¿HACE QUE TIEMPO ESTA DEDICADO A ESTA ACTIVIDAD?

- a) Entre 1 a 5 años ☐
- b) Entre 6 a 10 años ☐
- c) Más de 10 años ☐

2. ¿DÓNDE ADQUIERE LAS ARTESANIAS?

- a) Productores ☐
- b) Mercados ☐
- c) Otros ☐

3. ¿CÓMO SE ABASTECE DE SU MERCADERÍA?

- a) Al por mayor ☐

b) Al por menor ☐

4. ¿QUÉ TIPO DE ARTESANIAS ES MÁS COMERCIABLE?

a) Floreros ☐

b) Vasijas ☐

c) Adornos ☐

d) Otros ☐

5. ¿QUÉ CANTIDAD DE PRODUCTOS ADQUIERE MENSUALMENTE?

a) De 1 a 200 ☐

b) De 201 a 500 ☐

c) De 501 a 800 ☐

d) Más de 801 ☐

6. ¿CUÁNTO INVIERTE MENSUALMENTE EN LA COMPRA DE LOS PRODUCTOS?

a) De \$ 50,00 A \$ 200,00 ☐

b) De \$200,00 A \$ 600,00 ☐

c) De \$600,00 A \$1000,00 ☐

d) Más de \$1000,00 ☐

7. ¿ESTARÍA DISPUESTO A ADQUIRIR ARTESANÍAS DE CERÁMICA PARA COMERCIALIZAR EN SU NEGOCIO?

SI ☐

NO ☐